

جامعة مؤته

عمادة الدراسات العليا

آثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية في محافظة العقبة

إعداد الطالب

عزت عبد الحميد الطراونة

إشراف

الأستاذ الدكتور خلف فارس الطراونة

رسالة مقـدمة إلـى عمادة الدراسات العليـا

استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجـــــة

الماجستـــــير في قسم الآثار والسياحة

جامعة مؤتة، 2007

الإهداء

إلى اللذين زرعا الإيمان والتقوى في نفسي، وقالا لي: أتق ا حيثما كنت.

إلى والدي الذي أعطى فأجزل العطاء دون من.

إلى والدتي التي أحفظ بعض كلماتها عندما كنت صغيراً، اطلب العلم.

إلى زوجتي التي عاشت معي ساعات هذا البحث عرفاناً بالجميل.

إلى إخوتي وأخواني اللذين شجعوني على نيل هذه الدرجة.

إلى روح خالي الزكية المهندس (هاني عطا الطراونة) ، وإلى أرضٍ ازدانت وازدادت تاريخاً ومجداً باحتضان جثمانه؛ أرض مؤاب الأبية... أهدي هذه الرسالة.

عزت عبد الحميد الطراونة

الشكر والتقدير

بعد أن أكملت – بفضل ا - إعداد هذّه الرسالة ، أرى أن الواجب يفـرض علي أن أعترف لكل ذي فضلٍ علي بفضله.

وأول من أتوجه إليه بشكري وامتناني وتقديري هو أستاذي ، الأستاذ الدكتور خلف فارس الطراونة، الذي تفضل بالإشراف على هذه الرسالة، وبرعايتي وإسنادي طوال فترة إعدادي لها، فقد كان يوجهني كلّما رآني أحيد عن المادة العلمية ويعنني على البحث والتقصي، فا أسال إن يجزيه عنّي خير الجزاءِ وأن ينفعنا على الدوام بعلمه.

كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة: الـدكتور يـونس الـشديفات، والدكتور هاشم الرواشدة، والدكتور محمد سليمان عواد على قبولهم مناقـشة هـذه الرسالة، وتحملهم عناء قراءة طياتها، فلهم مني جزيل الشكر.

كما أود أن أتقدم بالشكر إلى موظفي سـلطة منطقـة العقبـة الاقتـصادية الخاصة، وأخص بالشكر كلاً من(هاني الرواجفه، أمجد الشطناوي، أحمد الفراية).

هذا ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر إلى الزملاء: الدكتور جمال الطراونة، محمد عواد الطراونة، سائد ممدوح الطراونة، لما قدموه لي من دعم وتشجيع ومساندة.

كما أشكر أعضاء مركز الأقصى للخدمات الطلابية الذين ساهموا في عملية الإخراج النهائية، وأشكر وأقدر كل من ساهم وشارك في إنجاح هذه الرسالة.

عزت عبد الحميد الطراونة

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

الملخص

أثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية في محافظة العقبة

عزت عبد الحميد الطراونة

جامعة مؤتة , 2007

تتناول هذه الدراسة أثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية في محافظة العقبة, والدور الذي يؤديه هذا القطاع والميزات التي يتمتع بها, كما تناول المقومات السياحية في الطبيعية والحضارية العقبة, والخدمات السياحية, إضافة إلى دراسة الطلب السياحي من خلال توزيع استبانه: خاصة بالسياح كان عددها (500) استبانه, ركزت على الجنسية, والعمر, والمستوى التعليمي, وهدف الزيارة, ومصادر المعلومات, ومستوى رضاهم عن الزيارة بشكل عام .

كما تطرقتْ الدراسة إلى التخطيط السياحي ومستقبل السياحة في العقبة, في السنوات القادمة في ظل سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, حيث توصلت الدراسة إلى أن متوسط إشغال الغرف الفندقية في السنوات (2006 ـ 2010) سوف يصل إلى (60 %) .

كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة سببية بين الدخل السياحي وكل من النمو الاقتصادي, وتشغيل العمالة في القطاع السياحي ،حيث بلغ مجموع الأيدي العاملة في القطاع السياحي في محافظة العقبة 3285 عاملاً،وتوصلت الدراسة أيضا إلى أن الفئة العمرية الأكثر قدوماً للعقبة هي الفئة التي تتراوح بين (26 ـ 35) وأظهرت الدراسة ارتفاع أسعار الأراضي في العقبة، نتيجة تزايد الطلب عليها من أجل إقامة المنشآت السياحية .

Abstract

The Role of Tourism in Developing the Economic Resources in Aqaba County

Izzat Abdalhamed Al-Tarawneh

Mu'tah University , 2007

This study aims to investigate the role of tourism in developing the economic resources in Aqaba county, and the role that this sector plays, as well as, its distinguishing characteristics. The study has also handled the tourist, natural and cultural elements, as well as, the tourist services. Further more, the study has investigated the tourist attraction through distributing 500 questionnaires to tourists. These questionnaires included variables like: nationality, age ,educational level , the purpose of the visit , information resources and finally to what extent they were satisfied concerning the visit.

The study has also taken into consideration the tourist planning and the future of tourism in Aqaba county during the next few years under the existence of Aqaba special economic zone authority.

The study has revealed that the percentage of rented rooms at the hotels will be about 60%, further more, it revealed that there is a mutual relationship between the tourist income and both the economic growth and employing people in the tourist sector

The number of employers in the tourist sector in Aqaba has reached 3285 employers. The study has also revealed that Aqaba attracts those people whose ages range between (26 - 35) . Further more, the study revealed that land prices has risen sharply due to the increasing demand on these lands for the purpose of building tourist institutions on it.

الفصل الأول
خلفية الدراسة وأهميتها

1،1 مقدمة :

السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق ا الأرض ومـا عليها، حيث كان الإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل متحرراً مـن القيـود، وبهذا أصبحت السياحة علماً له أصوله وأساليبه ومناهجه، ولم تعد مقصورة علـى عدد محدد من الأفراد، وإنما شملت ملايين البشر الذين يتنقلون داخل بلادهم أو من بلدانهم إلى بلدان أخرى بقصد السياحة (الروبي،1992)

ومنذ نهاية الحرب العالمية الثانية نشطت السياحة دولياً شأنها شأن التغيرات السياسية والاقتصادية، والاجتماعية التي شهدها العالم بعد الحرب، بحيث أصـبحت السياحة ظاهرة شعبية حيث يصفها البعض بأنها من حقوق الإنسان الأساسية تمامـاً مثل: التعليم، والعمل، والرعاية الصحية. (الظاهر والياس، 2001).

استخدم مفهوم السياحة (TOURISM) لأول مرة عـام 1964 ، ليـدل علـى السفر أو التجوال من مكان إلى آخر ويتضمن هذا المفهوم المهن كلها التي تعمل معا على إشباع الحاجات المختلفة للمسافرين(مقابلة وذيب، 2000)

ويمكن تقسيم السياحة إلى قسمين رئيسين هما: الـسياحة الداخليـة Internal tourism ويقصد بها القيام برحلة داخلية بهدف الراحة والاستجمام بشرط قضاء ليلة واحـدة علـى الأقـل فـي المكـان المقـصود. (الزوكـة، 1992) والـسياحة الدولية(International tourism) ويقصد بها زيارة السائح من الدولة التي يقيم فيهـا إلى دولة أخرى زيارة مؤقتة بشرط ألا يعمـل، وأن يمـضي ليلـة واحـدة علـى الأقل(الريماوي، 1988)

تعد السياحة موردا اقتصاديا غير قابل للنفاذ على مر السنين، فهي مـصدر للعملات الصعبة، وتسهم في تدعيم ميزان المدفوعات وزيادة الدخل القومي للدول، كما تعد عاملاً منشطاً في توزيع التنمية الاقتصادية بشكل جغرافي عادل ومتـوازن (Balaguer j And Jorda M 2000 : 60)

ولهذا فقد أولى الباحثون في مجال الاقتصاد السياحي في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء خلال العقود القليلة الماضية اهتماما كبيراً بالعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات السياحية، ودور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية ويأتي هذا الاهتمام من خلال الدور الذي يلعبه هذا القطاع في الاقتصاديات الوطنية والمتمثل في توفير الاحتياطي من العملات الأجنبية، وفي توفير فرص العمل وتخفيف الضغط على ميزان المدفوعات، والعجز في الموازنة العامة (الحوري والدباغ، 2000) وتشير البيانات الإحصائية الصادرة عن منظمة السياحة العالمية إلى أن قطاع السياحة يعد من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً، حيث تضاعفت العوائد السياحية الدولية بما يقارب 68 ضعفاً خلال الفترة (1960 ـ 2002) لتصل هذه العوائد إلى (474، 2 مليار) دولار في عام 2002 مقارنةً مع (9،6 مليار) دولار في عام 1960. (WTO Tourism High Light 2003)

وتشكل العوائد السياحية 11% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي و7 % من إجمالي الصادرات العالمية، حيث تعد السياحة ثاني اكبر صناعة في العالم، وتوفر 200 مليون فرصة عمل حيث توظف (1) من كل (15) عاملاً في العالم (Ennew 2003 : 70)

شهدت الحركة السياحية في الأردن تطوراً كبيراً على صعيد الزيادة في أعداد السائحين، والعوائد السياحية، حيث بلغ عدد السياح (615، 572،1) سائحاً عام 2003 مقارنة مع (6،615) سائح عام 1975، بزيادة مقدارها 100 % وارتفعت العوائد السياحية من 35 مليون دينار في عام 1975 إلى 577 مليون دينار في عام 2003، حيث شكلت هذه العوائد 37 ،8 % من الناتج المحلي الإجمالي عام 2003، وما نسبته 4، 26 % من إجمالي الصادرات في العام نفسه. (البنك المركزي، التقرير السنوي، 2003)

وشهد عام 2005 زيادة كبيرة في أعداد السائحين حيث وصل عددهم إلى 8،5مليون سائحاً، وارتفعت العوائد السياحية من 577 مليون دينار في عام 2003 إلى مليار دينار في عام 2005 حيث شكلت هذه العوائد 2، 11 % من الناتج المحلي الإجمالي عام 2005 كما ويسهم القطاع السياحي بتشغيل حوالي 24 ألف

عامل في مختلف النشاطات السياحية إلى جانب نحو 11 ألف عامـل فـي قطـاع الفنادق. (البنك المركزي، التقرير السنوي، 2005).

أما الحركة السياحية في محافظة العقبة فقد شهدت تطوراً كبيراً مـن حيـث الزيادة في أعداد السائحين القادمين إليها في السنوات (2000ـ 2005)، حيث بلغ عدد السياح (423) ألف سائحاً عام 2005 مقارنة مع (238) ألف سائح فـي عـام 2000، بزيادة مقدارها 7، 43 %.

وقد أقام السياح (000، 470) ليلة فندقية في العقبة عـام 2004 ، بمعـدل، 2يوماً للسائح الواحد، وقد بلغ معدل الإشغال الفندقي 62 % عام 2004 مقارنة مع 50 % في عام 2000، بزيادة مقدارها 12 %، و5 % عن نسبة الإشغال فـي دول السوق الأوروبية المشتركة خلال الفترة نفسها (سلطة منطقة العقبـة الاقتـصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005)

2.1 منطقة الدراسة:

تشمل منطقة الدراسة الحدود الإدارية لمحافظة العقبة التي تقع فـي جنـوب الأردن (انظر خارطة، رقم، 1، ص 100) وفلكياً فأن العقبة تمتـد بـين دائرتـي عرض 19َ، 29 ° و45َ، 30°شمالاً، وخطي طول 47َ، 35° شرقاً وتبلـغ مساحة المحافظة (6904) كم2 وتمثل ما نسبته 8، 7 % تقريباً مـن المـساحة الإجماليـة للأردن والبالغة (342، 89) كم2 (البحيري،1991)

وتضم منطقة الدراسة وحدات إدارية أكبرها مساحة لواء قصبة العقبة ويتبع له قضاء وادي عربة ، وتبلغ مساحته (4344) كم2 ويشكل 63 % مـن مجمـل مساحة المحافظة، يليها لواء القويرة ويتبع له قضاء الديسه وتبلغ مساحته2560كـم ويشكل 37% من مساحة المحافظة، وتضم المحافظة 27 مدينة وقرية(انظر خارطة رقم ـ 2 ـ ص 101) (العقبة ، نشرة دائرة الأراضي والمساحة، 2005).

3.1 مشكلة الدراسة:

تحاول هذه الدراسة أن تجيب على التساؤلات التالية:

1- ما هي مقومات السياحة في محافظة العقبة؟

2- ماهي العوامل المؤثرة على طلب الخدمات السياحية في العقبة ؟

3- ما هو أثر القطاع السياحي في محافظة العقبة على الدخل السياحي،والعمالة،والمستوى العام للأسعار؟

4.1 أهداف الدراسة :

1- ندرة الدراسات السياحية التي تعالج أثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية، فالدراسات السابقة تتصف بالعمومية، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتركز على مدينة العقبة اقتصاديا وسياحيا.

2- التعرف إلى خصائص الحركة السياحية في العقبة،ودراسة تأثيراتها المختلفة، ووضع بعض التصورات، التي قد تفيد في نموها وتطورها لكي تسهم في التقدم ودعم الاقتصاد الوطني.

5.1 أهمية الدراسة:

تتمتع العقبة بالعديد من المزايا السياحية التي تؤهلها لتكون واحدة من أهم المنتجعات العربية والعالمية، الأمر الذي جعلها مقصداً للسياح من مختلف أنحاء العالم، ومن هذه المزايا الموقع الجغرافي لمدينة العقبة والذي لعب دوراً كبيراً في نهضتها السياحية، والعمرانية، والاقتصادية(سماوي، 1994).

وتسهم المقومات السياحية والطبيعية في العقبة بشكل كبير في استقطاب السياح إليها، فهي، إضافة إلى تنوع بيئاتها من سواحل نظيفة، ورمال بيضاء، وجبال شاهقة، وصحاري على امتداد البصر، ونخيل يطوق شواطئها، علاوة على البنية التحتية الحديثة في العقبة من حيث تطور حجم المنشآت السياحية مثل: الفنادق، والمطاعم، ومحلات التحف الشرقية، ومكاتب تأجير السيارات، وكذلك توفر

المقومات الأثرية في المدينة مثل: القلعة، ومدينة أيله التاريخية، وتل الخليفة، وتـل المقص(ذنيبات، 1998).

إن سهولة الوصول إلى العقبة براً وبحراً وجواً جعلها عامل جـذب للتمتـع بأجوائها، لأنها في متناول زائريها، وطالبي الاستجمام في ربوعهـا مـن منـاطق مختلفة من العالم، ولاسيما من دول أوروبا الغربية وأمريكا، ومن الأقطار العربيـة المجاورة مثل: لبنان، ومصر، وسوريا، والعراق، ودول الخليج العربي، إضافة إلى نشاط السياحة الداخلية (إلياس،2002)

6.1 الخطة الهيكلية للدراسة:

تتناول هذه الدراسة أثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية فـي محافظـة العقبة، في خمسة فصول.

اشتمل الفصل الأول على مقدمة الدراسة، ومشكلاتها، وأهدافها، وأهميتهـا، وهيكلية الدراسة.

أما الفصل الثاني، فقد اشتمل على نبذة تاريخية عن العقبة، السياحية، سـواء كانت مقومات طبيعية أم حضارية وبشرية، والخـدمات الـسياحية المتـوفرة فـي المحافظة.

ويتناول الفصل الثالث خصائص الحركة الـسياحية، والتوزيـع الجغرافـي لمصادر السياح، والحالة الاجتماعية، والخصائص التعليمية لهم، ثـم يتنـاول هـذا الفصل أيضا تطور أعداد السياح القادمين للمحافظة، ومصادر اسـتقاء المعلومـات لديهم، ودوافع الزيارة، وكيفية قضاء وقت الزيارة، بالإضـافة إلـى آراء الـسياح وانطباعاتهم، إضافة إلى موسمية السياحة في العقبة.

أما الفصل الرابع، فيستعرض الآثار الاقتصادية الناجمة عن الحركة السياحية في العقبة، وذلك من حيث تقدير الدخل السياحي، ومعدل إنفاق الـسياح، ويتنـاول أيضا أثر السياحة في تكوين فرص العمل،ورفع المستوى العام للأسعار.

أما الفصل الخامس، يتحدث الباحث فيه عن التخطيط للسياحة فـي محافظـة العقبة، إضافة إلى عرض لبعض النتائج والتوصيات.

الفصل الثاني

الإطار النظري

1.2 نبذة تاريخية عن مدينة العقبة:

تقع مدينة العقبة في الطرف الشمالي الشرقي للبحر الأحمر والمعروف بخليج العقبة،الذي يشكل امتدادا جيولوجيا للبحر الأحمر،وجزءاً من الأخدود الآسيوي-الأفريقي(السواريه، 1989).

وقد أشارت الدراسات التي تناولت تاريخ مدينة العقبة بشكل عام إلى أن المدينة قد عرفت، خلال الفترات التاريخية المختلفة بأسماء متعددة، مثل: أيلات، أيلون، آيلة، وعقبة آيلة،كل منها يرتبط بفترة تاريخية معينة(غوانمة، 1984).

وقد ذكر الجغرافيون العرب أيلةْ، وضبطوا اسمها، فجعلوه على وزن فعلَه، وحددوا موقعها، فقد ذكر في معجم البلدان بأنها آخر الحجاز وأول الشام، وأكدها البغدادي بقولة: أيلْه مدينة على ساحل بحر القلزم مما يلي الشام، هي آخر الحجاز وأول الشام(الشرع،1994).

وكانت إيلات في العصر الحديدي ذات شأن كبير في التجارة البحرية والبرية، فموقعها في أقصى خليج العقبة جعل منها المحطة المركزية للطريق التجاري الذي يصل جنوب الجزيرة العربية ببلاد الشام ومصر،فقد كانت السفن التجارية تفرغ حمولتها في ميناء إيلات على رأس خليج العقبة، حيث تقوم القوافل بنقلها من خلال طرق النقل الرئيسة الثلاث: الأولى المتجهة غرباً إلى مصر، والثانية المتجهة نحو الشمال الغربي إلى غزة، والثالثة المتجهة للشمال الشرقي نحو دمشق وفينيقيا (الدباغ، 1966).

وكانت هذه الطرق كطرق التجارة في العصور القديمة تسلك أقل الطرق صعوبة، وأيسرها سلوكاً،وهذا يصدقُ على الطريق الذي كان يخرج من ميناء ايلات متجها نحو الشمال الشرقي خلال وادي اليتم إلى معان، ومنها إلى ارض مؤاب، ثم دمشق، تم وادي الموانئ الفينيقية(السوارية،1989).

ولهذا جعل بنو إسرائيل الاستيلاء عليها نصب أعينهم،وتحقق لهم ذلك عندما نجح داود في احتلال بعض أجزاء بلاد أدوم ومن بينهـا مينـاء أيلات،وازدهـرت المدينة أثناء حكم سليمان حيث بني فيها بمساعدة الفينيقيين ميناء جديـدا(عـصيون جابر) وزودة بالسفن التجارية التي ربطت المدينة بالشرق وتجارته، وظلت المدينـة تتبع يهودا حتى كان عهد الملك الإسرائيلي يهـورام (894 ـ 842 ق م) إلـى أن استطاع الأدوميون استعادتها(غوانمة،1984)

وشملت المملكة الآدومية المنطقة الواقعة إلى الشرق من وادي عربه، وبذلك يكون الآدوميون قد سيطروا على منطقة إستراتيجية واقتصادية هامـة تتمثـل فـي السيطرة على ميناء إيلات والطرق البرية الموصلة إليه(الدباغ، 1969).

وفي القرن السادس قبل الميلاد، خضع الآدوميون لـسيطرة الإمبراطوريـة الآشورية ومن ثم لسيطرة البابليين إلى أن تم القضاء على مملكتهم من قبل الفـرس سنه(535 ق.م) بعد انتصارهم على البابليين (السواريه،1989)

وقد شهد النصف الثاني من القرن الرابع قبل الميلاد تحولا جذريا في تاريخ الشرق، فقد دخلت المنطقة الجيوش اليونانية بقيادة الاسكندر المقدوني، واسـتطاعت هزيمة القوات الفارسية بقيادة داريوس سنه (333 ق.م)، واستطاع اليونان بذلك أن يجتازوا بلاد الشام بعد أن أخضعوا مصر لسيطرتهم،وبعد وفاة الاسكندر أقتسم قادته الإمبراطورية فكانت مصر للبطالسة ،وبلاد الشام من نصيب السلوقيين وفـي سـنة 312ق.م، استطاع البطالسة أن يضموا الأجزاء الجنوبية من بلاد الشام، وبهذا دخلت أيلانه دائرة النفوذ البطلسي(العابدي، 1973).

وبرز في منطقة جنوبي بلاد الشام مملكة الأنباط التي كان عمادها مرتكـزا على العمل في سبل التجارة، فكانت أيلانه المحطة التي تتوقف فيها القوافل التجارية النبطية القادمة من مصر وفلسطين قبل التوجه إلى البتراء،ومن ثم إلـى الأسـواق التجارية في بلاد الشام والرافدين(الدباغ، 1966).

وقد أدرك البطالسة أهمية هذه المنطقة الإستراتيجية والاقتصادية، وقـاوموا محاولات السلوقيين لاستعادتها، وترتب على ذلك سلسلة من الحروب بين الأسرتين، ولهذا كان على البطالسة مواجهة الأنباط الذين كانوا بحكم موقعهم حول خليج العقبة

حريصين على ألا تفلت من أيديهم موارد التجارة التي كانت تأتي إلى عاصمتهم، ولم يتردد الأنباط في تحدي سفن البطالسة، ومهاجمتها فأعد لذلك بطليموس الثاني فيلادلوس(285 ـ 246 ق.م)، سفناً حربية، لوقف غارات الأنباط على سفنه، كما اهتم بإخضاع شرق الأردن لتأمين التجارة العربية التي كانت تمر بفيلادلفيا(عمان)، وتذهب منها إلى ميناء عكا(السواريه، 1989)

وازدهر ميناء أيلانه في العهد البطلسي حيث كانت ترسل منه تجارة فلسطين إلى مواني البحر الأحمر، وعندما ضعف شأن البطالسة، أفلتت تجارة البحر الأحمر من أيديهم، وتمكن الأنباط في القرن الأول ق.م من إعادة سيطرتهم على الطرق التجارية، ففي عهد الحارث الرابع (9ق.م ـ 40 م) كانت مدينة البتراء قد وصلت قمة مجدها، كما استطاع الحارث الرابع أن يوسع حدود مملكته، فأصبحت أيلانه مركزا هاماً للتجارة البحرية، والبرية النبطية، وتجمع في أسواقها خليط جذاب من السلع الأسيوية والأفريقية(الذنيبات، 1998)

وفي القرن الثالث الميلادي بدأت السيطرة الرومانية على البحر الأحمر في الاضمحلال نتيجة الأزمة الاقتصادية والسياسية التي داهمت الإمبراطورية الرومانية الأمر الذي دعى ديوكليشيان(284 ـ 305 م)، وقسطنطين(306 ـ 337 م)إلى اتخاذ الإجراءات التي من شأنها أن توقف هذا التدهور، وترتب على ذلك تقسيم الولاية العربية إلى كورتين: كوره شمالية عاصمتها بصرى، وكوره جنوبية عاصمتها البتراء، ومع بداية القرن الرابع الميلادي اقتطع من كوره البتراء بعض المدن مثل: إيلانه، وفينان، وألحقت بفلسطين، وفي سنه 395م انقسمت الإمبراطورية الرومانية إلى قسمين: القسم الشرقي وعاصمته القسطنطينية، والقسم الغربي وعاصمته روما، فأدى هذا الانقسام إلى تغير كبير أصاب الدولة الرومانية بعد أن كانت دولة واحدة، فأصبحتا دولتين متنافستين شرقية مسيحية أرثوذكسية، وغربية مسيحية كاثوليكية (الشرع، 1994).

وفي سنة (630م)، سلمت أيله تحت قيادة الأسقف يوحنا بن رؤبة على دفع الجزية للنبي محمد صلى ا عليه وسلم) دون قتال في أعقاب غزوة تبوك، وفي

الفترات الإسلامية المتأخرة،شكلت أيله نقطة اتصال،ومكانا يجتمـع فيـه الحجـاج القادمون من مصر وبلاد الشام والمغرب من وإلى مكة المكرمة(السواريه،1989)
وفي سنة (1116م) سيطر الصليبيون بقيادة بلدوين الأول على أيله، وبذلك أطلـوا على ساحل البحر الأحمر،أصبحوا يسيطرون على الشريان التجاري القادم من الهند واليمن والساحل الإفريقي باتجاه العقبة،وفي القرن السادس عشر للميلاد، أصـبحت أيله تعرف باسم عقبة أيله نسبة إلى الجبل ذي القلعة الـشهيرة والـذي يقـع فـي غربها،ثم أهمل اسم أيله وبقيت المدينة تسمى العقبة(الدباغ،1966).
وفي الفترة المملوكية أصبحت العقبة محطة رئيسة للحج المصري،ومركزا تجاريـا مهما،حيث أنشئوا فيها ديوانا للمكوس،لفرض الضرائب على السلع القادمة بحرا،أما في العهد العثماني فقد أصبحت العقبة تابعة للحجاز،حيث كانت مركز قـضاء تتبـع لمتصرفية المدينة المنورة،إلى أن تمكنت قوات الثورة العربية الكبرى سـنة 1917م بقيادة الأمير فيصل بن الحسين من الاستيلاء عليها (الروسان،1986). وبعدها بقيت العقبة تتبع للحجاز إلى أن شُكلت الحكومة العربية الهاشمية في دمشق، فأتبعت العقبة لها بين سنتي (1918ـ1920 م)،حيث أتبعت إلى لواء الكرك إلى أن سقطت الحكومة الفيصلية سنة 1920م (أبوعليان،1999)

وقد تميزت أراضي العقبة بصلاحيتها للزراعـة لغناهـا بالتربـة الطينيـة والغرينية حيث اشتهرت بزراعة النخيل،وتعد من أبرز مظاهر الزراعة في العقبة، فقد ذكر موز يل أن عدد أشجار النخيل بلغ 3500 شجرة(Musil،87 ; 1908).

وتعود أقدم أشجار النخيل إلى (3000) سنه تقريباً ،حيث كشفت الحفريـات الأثرية في تل الخليفة غرب المدينة عن وجود أجزاء من حبال مصنوعة من نسيج النخيل،تدل على استخدامها في قوارب الصيد(الصلال،2002).

وكانت أشجار النخيل تزرع قديما في البساتين(الحفاير)، وبعد انتقال المدينـة من موقعها الغربي إلى الشرق ،نقل أهالي العقبة نخيلهم إلى هناك ،فقاموا بزراعتـه على الشاطي الشرقي من ساحل البحر،كما زرعت أشجار أخرى ولكن على نطـاق ضيق مثل: التين، والليمون، وبعض أشجار الفاكهة(السواريه،1989).

ولأهمية شجرة النخيل في العقبة،فقد تم إقامة حديقة ملكيـة شـمال غـرب المدينة (الحفاير)، بمساحة (500 دونم) زرعت فيها (5000)غرسه نخيل، من نخيل العقبة، وسلطنة عمان، وجمهورية مصر العربية (مديرية زراعة العقبة، 2005).

2.2 :السكان

تعد العقبة- بمعدل نموها السنوي المرتفع للسكان - إحدى المـدن الأردنيـة التي ستحتل مركزا متقدماً حسب الترتيب العددي للسكان، فقد بلـغ معـدل النمـو السنوي للسكان في العقبة للفترة الواقعة بين تعدادي عـام(1969) وعـام (1979)، حوالي(6،35%) وهو معدل لم تبلغه أي مدينة من المدن الأردنية الرئيسة الأخـرى لنفس الفترة،إذ بلغت النسبة في عمان 5،52%، والزرقاء 4،56%، والسلط 4،3%، والكرك 2،6%،معان 3% وفي اربد (5،28%)، (دائـرة الإحـصاءات العامـة، قسم:الإحصاء،2005).

وفي بداية الثمانينيات كان للطفرة الاقتصادية المتميزة التي شهدتها العقبـة، أثر كبير في زيادة عدد السكان،وفي نهضة المدينة حيث بلغ عدد سكانها (46،000) نسمة تقريبا في عام1985و(95،000) عام 1998، (دائرة الإحصاءات العامة، قسم الإحصاء، 2005).

وقد ساهمت المشاريع الصناعية، والسياحية، والخدمات الأخرى، في محافظة العقبة في زيادة عدد سكانها مقارنة مع السنوات السابقة، حيث بلـغ عـدد سـكان المحافظة عام 2005 (105،000) نسمة يمثلون ما نسبته (2%) من إجمالي سـكان الأردن والبالغ (5،350،0) نسمة، وترتفع نسبة الذكور في العقبة مقارنـةً بنـسبة الإناث، نظرا لاشتمالها على منشآت صناعية، وسياحية عديدة تتطلب أعدادا كبيـرة من الأيدي العاملة، حيث شكل الذكور ما نسبته (52%)، أما الإناث فقد شكلن مـا نسبته (48%) من مجموع السكان (محافظة العقبة، نشرة التعداد السكاني، 2005).

3.2 المقومات السياحية في محافظة العقبة

تتميز محافظة العقبة بالعديد من عوامل الجذب السياحي التي تؤهلها لتكون واحدة من أهم المدن السياحية العربية والعالمية، وتلعب الظروف الطبيعية في العقبة دوراً بارزاً ومهما في استقطاب السياح، فمناخ العقبة معتدل قليل الأمطار شتاء حار جاف صيفاً،مما جعلها هدفاً مثالياً للباحثين عن الشمس والدفء (العدوان،1996).

كما وتمتاز العقبة بشواطئها الجميلة، إحداهما شمالي ذو طبيعة رملية تتركز علية النشاطات السياحية من فنادق وشواطئ خاصة للسياحة، ونوادٍ للرياضة المائية، والآخر جنوبي شرقي ذو طبيعة صخرية تغلب علية تجمعات الشعب المرجانية وتشكل هذه التجمعات نقطة فريدة من حيث الموقع والأنواع الكثيرة للمرجان والأسماك والأحياء المائية الأخرى المرتبة معا، ولذلك فهي تعد عامل جذب مهم للعديد من دارسي البيئة البحرية، وممارسي رياضة الغوص (الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية، نشرة البيئة، 2005) وهناك العديد من المقومات الأثرية ومنها القلعة ومدينة آيلة، التاريخية، وتل المقص، وتل الخليفة، بالإضافة إلى قربها من وادي رم، إضافة إلى البنية التحتية السياحية الحديثة من فنادق، ومطاعم، ومحلات للتحف الشرقية، ومكاتب لتأجير السيارات، ومركز الغوص البحري، ومحطة العلوم البحرية، والعديد من المرافق والخدمات السياحية الأخرى (مقابله والسرابي، 2001)

4.2 المقومات الطبيعية

تسهم المقومات الطبيعية بشكل كبير في تحديد أنماط السياحة، وحركة تدفق السياح وفي تحديد مدة الإقامة السياحية، ولما تتمتع به العقبة من بيئة طبيعية جميلة، أصبحت مكاناً يلجأ إليه الإنسان بحثاً عن الهدوء، والراحة وملاذاً له كلما شعر بضغوط في العمل أو ضيقاً في المجتمعات البشرية ذات الكثافة السكانية المرتفعة (سماوي،1994).

أولا: الموقع

تقع العقبة إلى أقصى الجنوب من الأردن على رأس خليج العقبة، وتبعد (324كم) إلى الجنوب من عمان، وفلكيا فإن العقبة تمتد بين دائرتي عرض،َ19، 29ْ و45ْ ، َ30 شمالاً، وخطي طول 57َ ،34ْ و47َ ،35ْ شرقاً (البحيري،1991).

ثانياً: جيولوجية وطبوغرافية العقبة

تتمثل في العقبة أقدم التراكيب الجيولوجية وهي الصخور النارية، وعلى الخصوص الصخور الجرانيتية، وهي تمتد من الخليج إلى الشمال لمسافة مائة كيلو متر حتى بئر غرندل في وادي عربة، كما تغطي الصخور الرملية مساحات واسعة من منطقة العقبة، وهي تحتل مساحات واسعة من جبال العقبة الشرقية والشمالية الشرقية. (البحيري، 1991).

ثالثاً: المناخ

يعد المناخ مورداً طبيعياً مهماً، بالإضافة إلى أنه مورداً اقتصاديا يمكن استغلاله في مجالات عدة كالزراعة والصناعة والسياحة والنقل، كما أنه يؤثر تأثيرا مباشراً في حياة الإنسان، وفي نشاطه وقدراته العقلية التي يواجه بها ظروف البيئة. أما الأمطار فهي قليلة جداً وتتبع في معظمها إلى نظام منخفضات البحر الأحمر، وتمتاز الأمطار بحالات عدم الاستقرار بحيث لا يزيد المعدل السنوي لها عن 28 ملم (سماوي، 1994)، فمن خلال السجل المطري لمحطة مطار العقبة خلال الفترة الزمنية ما بين (1990ـ 2005)، وجد أن أعلى كمية هطول شهدتها العقبة بلغت 7،52 ملم في عام 1994، في حين أن أدنى كمية بلغت 2.1 ملم في عام 1996، جدول رقم (1). لهذا تتميز العقبة بوجود فترات طويلة دافئة وخالية من سقوط الأمطار، وهذا يزيد من أهميتها كمدينة سياحية شتاء. (سجلات دائرة الأرصاد الجوية، 2005).

الجدول رقم (1)

الأمطار السنوية (ملم) في مطار العقبة خلال الفترة الزمنية ما بين

1990 ـ 2005

السنة	الكمية /ملم	السنة	الكمية /ملم
1990	48.3	1998	8.7
1991	38.9	1999	30.9
1992	15.2	2000	25.5
1993	46.9	2001	35.4
1994	52.7	2002	12.6
1995	11.1	2003	38.4
1996	2.1	2004	12.5
1997	41.1	2005	8.4

المصدر : (سجلات دائرة الأرصاد الجوية، 2005)

رابعاً: الحرارة

يتميز مناخ العقبة بالارتفاع النسبي في المعدل السنوي لدرجات الحرارة، فدرجات الحرارة في العقبة في فصل الشتاء وأوائل الربيع مناسبة جدا لأغراض السياحة والاستجمام بالمقارنـة مـع درجات الحرارة في معظم المدن الأوروبية حيث تنخفض درجات الحرارة فـي شهـر كانون الثاني إلى مـا دون الصفر المئوي. (شحادة، 1985) ففي الوقت الذي يصل فيه المعدل السنوي لدرجة الحرارة في المملكة إلى حوالي 2،16م، فإن المعدل السنوي لدرجة الحرارة في العقبة يصل إلى 4،24 م. جدول رقم (2) وعلى الرغم من الارتفاع النسبي في المعدلات السنوية لدرجات الحرارة في العقبة بالنسبة لفصل الشتاء مقارنة مع مناطق المملكة إلا أنها تتميز بالاعتدالية في مناخها، خاصة في فصل الشتاء بسبب الانخفاض في المدى الحراري السنوي، (الفرق بين النهاية العظمى والنهاية الصغرى الذي لا يزيد عن 13.1، وهو قريب من المدى الملائم لراحة الإنسان والذي يتراوح أصلا ما بين 8ـ 12درجة مئوية)، مما جعل العقبة مناسبة تماماً للذهاب إليها والتمتع بدفئها. (شحادة، 1990)

الجدول رقم (2)

المتوسطات السنوية لدرجات الحرارة (م) في مطار العقبة للسنوات ما بين 1990 ـ 2005 النهاية العظمى ـ النهاية الصغرى

السنة	العظمى	الصغرى	المعدل السنوي	السنة	العظمى	الصغرى	المعدل السنوي
1990	30.6	17.7	24.2	1998	31.6	18.9	25.3
1991	30.4	17.8	24.1	1999	31.3	18.6	25.0
1992	29.5	16.8	23.2	2000	30.5	17.6	24.1
1993	30.5	17.6	24.1	2001	30.4	17.8	24.1
1994	30.9	18.1	24.5	2002	30.6	17.7	24.2
1995	30.6	17.6	24.1	2003	30.4	17.8	24.1
1996	31.1	18.2	24.7	2004	30.9	18.1	24.5
1997	30.5	17.5	24.0	2005	31.3	18.6	25.0

المصدر (سجلات دائرة الأرصاد الجوية،2005)

من الجدول رقم (2) يتضح لنا أن معدلات درجات الحرارة في العقبة تلعب دوراً كبيراً ، في جعل العقبة مكاناً يقصده السياح طلباً للدفء من أُردنيين وغيرهم من دول شرق وغرب أوروبا ، كما أن درجات حرارة الماء في خليج العقبة تعد من المزايا المهمة التي تدفع السياح لزيارتها .

خامساً: الرياح

إن الرياح الشمالية هي السائدة في العقبة ، وتتراوح سرعتها ما بين (8 ـ 12) ميل/الساعة، ولكنها تصل أحيانا إلى 28 (ميل/الساعة)، أما الرياح المسببة للعواصف الترابية فهي في الغالب رياح شمالية تهب أثناء تعرض المنطقة إلى جبهات باردة أو عندما يتكون منخفض حراري إلى الغرب من العقبة ، وأيام هبوب الغبار قليلة لا تؤثر في الحركة السياحية في العقبة خلال فصل الربيع ، إنما تساعد الرياح في الإحساس بالمزيد من الدفء في النهار ، أما في الليل فأنها تصبح ذات تبريد خفيف. (البحيري، 1991)

سادساً: الإشعاع الشمسي

لقد ساعد الموقع الفلكي للأردن، وبعده عن المسطحات المائية وجفاف فصل الصيف فيه، إلى جعل معدل السطوع الشمسي فيه من أعلى معدلات السطوع في العالم، ويمتاز الأردن بسماء صافية، وشمس ساطعة في معظم أيام السنة، حيث تتراوح نسبة السطوع الشمسي بين 80 % في المنطقة الصحراوية و71 % في المرتفعات الجبلية. (العرود، 1997). تتمتع العقبة بالعديد من المزايا المناخية التي لا تكون متوفرة في غيرها من المدن الأردنية والأوروبية، حيث يصل معدل ساعات السطوع الشمسي فيها في شهر كانون الثاني إلى 9،6 يرتفع إلى 39،8 و45،8 ساعة في كل من شباط وآذار، في الوقت الذي تكون أشعة الشمس فيه معدومة في الأقطار الأوروبية في مثل هذه الفترة من السنة، مما يشجع السياح في القدوم للبحث عن الشمس الدافئة المتوفرة في العقبة. (Aqaba Tourism News 2006 p:8) ومن خلال دراستي لمناخ العقبة يتبين لي أن المناخ يكون مريحاً خلال أشهر آذار ونيسان، وتشرين الثاني، ويتحول المناخ من مريح أثناء النهار في آذار إلى الدفء والحرارة في كل من نيسان وأيار. (شحادة، 1991)

سابعاً: الشواطئ والحياة البحرية

تلعب الشواطئ دوراً كبيراً في جذب جماهير الزوار بأعداد كبيرة للمتعة والاستجمام، حيث تتوافر فيها المناظر الطبيعية الجميلة والهواء النقي ووجود المساحات الواسعة. (برهم، 1991).

يتميز الساحل الأردني لخليج العقبة والذي يبلغ طوله (27) كم، باحتوائه على نوعين من الشواطئ، أحدهما شمالي ذو طبيعة رملية تتركز عليه النشاطات السياحية من فنادق وشواطئ خاصة للسياحة ونوادي للرياضة المائية، والآخر جنوبي شرقي ذو طبيعة صخرية تغلب عليه التجمعات المرجانية، وتشكل هذه التجمعات نقطة فريدة من حيث الموقع والأنواع الكثيرة للمرجان والأسماك والأحياء المائية الأخرى معاً (انظر الصورة رقم 1، 2، 3، ص 105)، ولذلك فهي تعتبر عامل جذب مهم للعديد من دارسي البيئة البحرية، وممارسة رياض الغوص. (سماوي، 1994) يعيش في خليج العقبة ما يزيد عن (150) نوعاً من المرجان

الصلب و(300) نوع من المرجان الرخو (420) من الأسماك، وأكثر من (500) نوع من الإسفنج، وما يزيد عن (1000) نوع من الصدفيات، والكثير من الحيوانات الأخرى. (الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية، 2005).

ونظراً لأهمية البيئة البحرية، ودورها في خدمة السياحة قامت سلطة منطقة العقبة بإنشاء منتزه العقبة البحري على شريط ساحلي طوله(7) كم، بمساحة(8،2) كم2، وكذلك مشروع الحيود الصناعية من أجل حماية هذه الثروة البحرية من الانقراض، إذ يستطيع السائح زرع فسائل مرجانية في مواقع محددة ومخصصة لهذه الغاية، يسهم هذا المشروع في توفير مصدر دخل للعديد من القطاعات ومنها قطاع العاملين في الصيد، إضافة إلى وجود هذا المشروع فوق المناطق الرملية سيؤمن الحماية للعديد من أنواع الأسماك، وبالتالي تكاثرها في تلك المنطقة. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2005).

5.2 المعالم الأثرية والتاريخية

تتوافر في العقبة عناصر جذب سياحي كثيرة إلى جانب وجود البحر وشواطئه الرملية والشعاب المرجانية الملونة، منها أماكن تاريخية مثل: وادي رم وقلعة العقبة التي يعود بناؤها إلى العهد المملوكي، وتعد سياحة الأماكن التاريخية من أرقى أنواع السياحة، وذلك لاستقطابها أعداد ضخمة من السياح، خاصةً كبار السن والمثقفين والعلماء، مما يتطلب التركيز على هذا النوع من السياحة من خلال الاهتمام بالأماكن التاريخية وتطويرها، وتقديم الخدمات المتكاملة فيها وتوفير كافة منشآت الإقامة والخدمات، والاتصالات والبنية التحتية فيها من أجل استقطاب أعداد كبيرة من السياح(الطائي، 2000).

أولاً: قلعة العقبة:

تقع قلعة العقبة على رأس خليج العقبة وتبعد خمسين مترا عن الشاطئ، وتمتاز القلعة بموقعها الحصين، وقد بنيت في عهد السلطان المملوكي قانصوه الغوري (906-922هـ) (1501-1517م)(العابدي، 1973) من أجل توفير الأمن والحماية للحجاج والتجار والمسافرين المارين في العقبة،ومازلت جدران القلعة تخلد

اسم بانيها، ويستدل على ذلك من نقشيين تأسيسيين (الكردي، 1973) وقد أعيد ترميمها زمن السلطان العثماني مراد الثالث(982-1003هـ)(1574-1594م)، ويستدل على ذلك من نقش وجد داخل القلعة هذا نصه"مولانا السلطان الملك مراد خان عز نصره جدد هذه القلعة"، (الصلال، 2003: 64) ووصف الرحالة السويدي (يوهان لوديغ بيركهارت) القلعة أثناء مروره بها سنة (1223هـ/1812م) بقوله: "إن قلعة العقبة تحيط بها أشجار النخيل الضخمة، وهي عبارة عن بناء مربع الشكل جدرانه قوية وفي داخله كثير من الأكواخ يسكنها بعض العرب، وبها سوق يتردد عليه الحجازيون والسوريون، وأحيانا تصلها بعض القوافل من الخليل في فلسطين، وفي القلعة آبار عميقة للمياه العذبة، وكان والي مصر يحتفظ بحامية في القلعة تتألف من ثلاثين جنديا لحماية المؤن المكدسة لتزويد الحجاج والفرسان عند مرورهم إلى مكة (بيركهارت، 1969: 169) أما فيما يتعلق ببناء القلعة فإنه مربع الشكل تقريبا، وتقع البوابة الرئيسة لها في الواجهة الشمالية الغربية، ويحيط بها برجان بهما منافذ لرماية السهام وإطلاق النار، ويظهر على البرج الشرقي من القلعة صورة أسدين متقابلين بينهما نخلة، وتحتهما زخرفة هندسية إسلامية، ويحيط بالبناء من زواياه الأربع أربعة أبراج دائرية(المومني، 1988)، وتحتوي القلعة من الداخل على ساحة سماوية تحيط بها من جهاتها الأربع غرف مختلفة الأحجام ذات سقوف برملية، ووجد في داخل القلعة بئر تزودها بحاجتها من ماء الشرب(السوارية، 1989) تعد القلعة معلما سياحيا في العقبة، فقد بلغ عدد السياح الذين زاروا القلعة عام1977حوالي(25،650) سائح، وهذا الرقم يشمل أعداد السياح الذين يزورون القلعة ضمن رحلات منظمة ولا يشمل السياح الذين يأتون بمفردهم،أما في عام 2003 فقد بلغ عدد الزائرين الذين زاروا القلعة (160،250) سائحاً (دائرة الإحصاءات العامة، قسم الإحصاء المعلومات، 2005).

ثانياً : وادي رم

يقع وادي رم شمال شرق العقبة على بعد 70 كم، بارتفاع 1750م فوق سطح البحر وتحيط به جبال صخرية بازلتية (عصفور، 1992).

وعرفت منطقة وادي رم قديماً بأرض مدين الممتدة من مرتفعات نقب أشتار، إلى الأراضي السعودية قرب المدورة ، التي نزل بها سيدنا صالح عليه السلام، ويرى فليب حتي أن جبل رم هو منطقة آرام التي أشار إليها القرآن الكريم في قوله تعالى:" **ألم ترى كيف فعل ربك بعادٍ إرم ذاتِ العِمادِ الـ ٓ يخلق مثلُها ـ البلدِ و ود الذين جابوا الصخره بالوادِ** " (سورة الفجر، آية 6-9) والأرام في اللغة الحجارة المنصوبة والجمع آرام وآرم، وهو اسم لجبل من جبال حسمى من ديار جذام، يقع بين آيلة وتية بني إسرائيل، وذكرت في جغرافية بطليموس باسم (آراموا) (التل، 1988)، كانت رم مكاناً مقدساً في عهد المملكة النبطية حيث عثر على هيكل يعود للقرن الأول قبل الميلاد في الجهة الغربية من القلعة، وكان الهيكل يتألف من ساحة مربعة تحيط به ثلاث حجرات، أما الجانب الشرقي فقد كان مدخلاً مفتوحاً يعبر الناس منه إلى سلسلة من الدرج (العابدي، 1973). ازدهرت منطقة رم في عهد الأنباط باستخدامها ممراً للقوافل التجارية ويستدل على ذلك من آثار السدود وبرك الماء التي تعود للأنباط، الذين كانوا يحافظون على كل قطرة ماء لسقاية القوافل التجارية التي تجتاز الطريق البري من مدائن صالح قبل الوصول إلى البتراء (الدباغ، 1966).

أما اليوم فتعد منطقة وادي رم من أكثر المواقع الطبيعية والسياحية في الأردن التي تشكل مصدراً جاذباً لتصوير النشاطات الفنية والثقافية والرياضية لما تحويه من صخور رملية ملونة ونباتات طبيعية، مما يعطي المنطقة مزيداً من الجمال ، إضافة إلى تلاله الرملية الحمراء (انظر الصورة رقم 4، ص 106).

ويوجد في المنطقة خدمات سياحية من مطاعم وفنادق ومكاتب لتأجير السيارات، إضافة إلى استراحة تشرف عليها وزارة السياحة، وشركة تعمل على توفير مستلزمات السياحة الصحراوية. (إلياس، 2002).

وقد بلغ عدد السياح الذين زاروا المنطقة (26080) سائحاً عام 2003م، جدول رقم (3) ارتفع إلى (178. 129) سائحاً عام 2005م.

جدول رقم (3)

أعداد السياح الذين زاروا وادي رم خلال السنوات

(2000 ـ 2005)

السنة	العدد
2000	102.904
2001	28451
2002	30426
2003	26080
2004	66438
2005	129.178

المصدر : (وزارة السياحة والآثار ، نشرات إحصائية للسنوات ، 2000ـ 2005

يظهر لنا من الجدول رقم (3) أن هناك زيادة كبيرة في أعداد السياح القادمين إلى وادي رم، فقد تضاعفت أعدادهم بسرعة كبيرة حيث ارتفعت من (26080) سائحاً عام 2003 إلى حوالي (129.178) سائحاً لعام 2005، ويتبين لنا أن أعداد السياح تضاعفت خمس مرات خلال ثلاث سنوات، فانعكس ذلك على نسبة الإشغال في فنادق العقبة خلال تلك الفترة.

ثالثا: تل الخليفة

يقع تل الخليفة على بعد 4كم عن مدينة العقبة الحالية،وكانت بلدة مستطيلة الشكل تعـود للعصر الحديدي، وقـد عثر فـي التل علـى مستوطنة مساحتها بين (13ـ16م^2)، تشبه القلعة حيث أحيطت بها جدران شيدت من الطوب غير المشوي، وكتابات مطبوعة على أيدي جرار فخارية، إضافة إلى أفران لصهر المعادن والفخار، وقوالب لصناعة الأواني الفخارية(السوارية، 1989).

رابعا: تل المقص

يقع على بعد 1كم إلى الشمال من مدينة العقبة، واحتل منزلة خاصة في العصر الحجري النحاسي الكالكوليتي (4500-3500 ق.م)، حيث عثر فيه على أفران لصهر النحاس وبعض النشاطات التعدينية(العابدي، 1972).

خامسا: منزل الشريف الحسين بن علي

وهو بناء مستطيل الشكل أتخذه الشريف الحسين بن علي منزلا له عند إقامته في العقبة، ويتكون المنزل من اثنتي عشرة غرفة تنقسم بالتساوي في صفين متقابلين، يفصل بينهما ساحة سماوية ويفتح باب من جهة الشرق على القلعة، وبابه الآخر يفتح على البحر من جهة الغرب(السوارية، 1989).

وتقوم دائرة الآثار العامة بدور كبير في المحافظة على المعالم الأثرية في العقبة، وذلك من خلال تشجيع المؤسسات والهيئات العالمية والعربية على إجراء التنقيبات الأثرية في المواقع الأثرية في المحافظة، حيث كشفت التنقيبات الأثرية التي أجريت في موقع تل الخليفة عام 1995م، عن مدينة كانت قائمة خلال العصور الحديدية، وإنها كانت ميناء مزدهرا، يصدر منة النحاس إلى دول العالم القديم في القرن العاشر قبل الميلاد، كما قامت دائرة الآثار بترميم وصيانة منزل الشريف الحسين بن علي، حيث يشكل مع القلعة جزءاً من ساحة الثورة العربية الكبرى، على الشاطئ الشمالي الشرقي لخليج العقبة(مكتب آثار العقبة،2005)

6.2 المعالم الحضارية

تسهم المعالم الحضارية بشكل كبير في تنشيط الحركة السياحية في أية منطقة ويتوافر في العقبة العديد من المنشآت الحضارية مثل: الميناء، والمطار

أولاً : ميناء العقبة:

يقع الميناء جنوب الأردن على الطرف الشمالي لخليج العقبة، وفلكياً على خط عرض(29ْ_31ْ) شمالاً، وخط طول(1ً_35ْ) شرقاً تم تأسيس الميناء عام، 1952 وبذلك اتجهت تجارة الأردن نحو العقبة مما دعا إلى توسيع مينائها وتحسينه، فأصبح من الموانئ الحديثة التي تستقبل البواخر التجارية الكبيرة، مما أدى إلى زيادة التعامل التجاري بين الأردن والبلاد الواقعة على البحر الأحمر(الدباغ، 1966).

ويعد الميناء حلقة الوصل بين الشرق الأقصى والهند ودول الشرق الأوسط، وظل يتطور حتى شهر حزيران من عام 1967 وفق قواعد ثابتة، إذ يقوم القطاع الخاص بتفريغ البضائع، ويستخدم لذلك أعدداً كبيرة من العاملين بهذا القطاع في

حين تقوم إدارة الميناء بالإشراف الإداري على الميناء، وذلك من خلال عدد من الموظفين. (خرينو، 2003) ويتكون الميناء من المنطقة الرئيسة (انظر الصور رقم 5،6، ص 107) التي تقع بالقرب من مدينة العقبة وتضم (12) رصيفاً، وتستعمل لمناولة البضائع العامة، والحبوب، والفوسفات، أما منطقة ميناء الحاويات وتضم (7) أرصفه تستعمل لتفريغ بواخر: الأرز السائب، والزيوت النباتية، والأغنام، أما منطقة الميناء الصناعي، فتقع على بعد (18) كم إلى الجنوب من الميناء الرئيس وتستخدم لخدمة المجمع الصناعي(مؤسسة موانئ العقبة، الكتاب السنوي، 2005) ويسهم الميناء بشكل كبير في الاقتصاد الأردني، من خلال عبور المستوردات والصادرات الخاصة بالأردن، إضافة إلى عبور بضائع الترانزيت إلى الدول المجاورة، حيث يتم من خلاله تصدير أكثر من 78% من مجموع الصادرات الأردنية، وما نسبته65% من مجموع المستوردات، ويرفد كل طن من البضائع الاقتصاد الأردني بحوالي 25 دولار. (مؤسسة موانئ العقبة، الكتاب السنوي، 2003).

ويعد عام 2004 عاماً مميزاً في مسيرة الميناء، فقد حقق أعلى كمية مناولة بضائع بلغت ما يزيد عن (21) مليون طن، حققت أفضل دخل ووفر مالي في تاريخ الميناء تجاوز (81) مليون دينار أردني.

جدول رقم (4)

حركتا المستوردات والصادرات، ومجموع حركة المناولة خلال الفترة (2000ـ 2005)

الرقم	السنة	الواردات بالطن	الصادرات بالطن	مجموع المناولة
1	2000	5360	7193	12553
2	2001	5252	7791	13043
3	2002	5286	8873	14159
4	2003	9607	8240	17847
5	2004	12265	8771	21036
6	2005	12432	7998	20430

المصدر : (مؤسسة موانئ العقبة ، الكتاب السنوي ، 2005 : 32)

يظهر لنا من الجدول رقم (4) حدوث زيادة كبيرة في حجم المناولات عبر الميناء، حيث ارتفعت من (12553) لعام 2000 إلى حوالي (21036) عام 2004، بزيادة مقدارها40 %.

ويعود هذا التطور الكبير في عمل الميناء إلى حرص مؤسسة الموانئ على عملية التطوير والتحديث والاستثمار، فقد بلغت الاستثمارات في البنية التحتية والفوقية للميناء (15) مليون دينار، شملت الأرصفة، وأدوات المناولة والرافعات وغيرها أما مساهمة الميناء في الحركة السياحية للمحافظة، من خلال نقله إلى السياح من بعض الدول الأوروبية، والأقطار العربية المجاورة فهي مقبولة.

والجدول رقم (5) يبين حركة السياح عبر الميناء خلال الفترة (2000 - 2005).

جدول رقم(5)

أعداد السياح القادمين للعقبة عبر الميناء

للأعوام (2000ـ 2005)

الرقم	السنة	عدد السفن	القادمون /بالألف	المغادرون / بالألف	المجموع /بالألف
1	2000	96	13	14	27
2	2001	79	11	11	22
3	2002	27	5	5	10
4	2003	15	3	3	6
5	2004	20	11	11	22
6	2005	38	20	20	40

المصدر : (مؤسسة موانئ العقبة ، قسم الإحصاء ، 2005 : 32)

يظهر لنا من الجدول السابق (5) أن مساهمة الميناء في خدمة القطاع السياحي، من خلال مساهمته في نقل السياح ليست كبيرة، وربما يعود السبب في ذلك إلى طبيعة عمل الميناء الذي تغلب عليه الصفة التجارية أكثر من غيرها.

ثانياً: مطار العقبة

يقع مطار العقبة شمال غرب المدينة، (انظر الصورة، رقم،7 ص ،108) ويبعد عن مركز المدينة 8كم وقد تم افتتاحه عام 1972م، ليربط العقبة بالعاصمة عمان، وساهم منذ إنشائه في تنشيط الحركة السياحية ودعمها ليس في العقبة فحسب، بل في الأردن، وذلك لبعد المنطقة الجنوبية عن العاصمة.

وساهم كذلك في تشجيع السياحة الداخلية بين العقبة والمدن الأخرى خاصةً عمان حيث يستطيع السائح القادم من عمان الوصول إلى العقبة خلال نصف ساعة فقط، في حين تقطع المسافة بالسيارة في خمس ساعات.

وقامت سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة- مساهمةً منها في تشجيع القطاع السياحي في المحافظة، بالعمل على المساهمة المالية في تشغيل طائرتين يومياً من مطار ماركا إلى العقبة وبالعكس على متن الأجنحة الملكية، وبذلك فقد لجأت سلطة منطقة العقبة إلى السياحة الداخلية، لتسد فراغ السياحة العالمية. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، مجلة الرؤية،2006).

ونظراً للنجاح الهائل الذي لقيته الأجنحة الملكية من هذه الرحلات فقد تم إضافة خط العقبة ـ شرم الشيخ ـ العقبة، بمعدل رحلتين في الأسبوع، وبهذا فقد أسهمت في استقطاب عدد من السياح الراغبين في زيارة الأردن من شرم الشيخ إلى العقبة والبتراء، إضافةً إلى ازدياد الرحلات العارضة من غرب أوروبا، وبشكل أكبر من شرق أوروبا، فرنسا، النمسا، بريطانيا ، إيطاليا، بمعدل ثلاث طائرات أسبوعيا مع استمرار الحركة من شرق أوروبا، هنجاريا، سلوفاكيا، سلوفينيا، والبوسنة،وقد بلغ عدد رحلات الطيران من و إلى المطار خلال عام 2004(8940) رحلة بمعدل (24) رحلة يومياً(سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005).

وتعد الملكية الأردنية من شركات النقل السياحي البارزة في الأردن،للدور الكبير الذي تلعبه بتسويق السياحة الاردنية عالمياً، وقد أسهمت الملكية في نمو الحركة السياحية في العقبة، من خلال ربطها مع الأسواق السياحية العالمية،حيث تمنح الملكية أسعارا مخفضة للأفواج السياحية القادمة للعقبة، إضافة إلى مساهمتها

في استثمار بعض المشاريع السياحية في العقبة، مثل: إنشاء الفنادق، ووكالات السياحة والسفر، والمشاركة في المؤتمرات والمعارض السياحية، وتشارك الملكية في وضع الخطط المستقبلية لتنفيذ التسهيلات السياحية المختلفة، وإستراتيجيات التطوير والسياسات التسويقية، وتصميم البرامج السياحية التي تحقق الاستغلال الأمثل لمناطق الجذب السياحي في الأردن، حيث تسهم الملكية بنحو (52%)، من مجموع رحلات الطيران المختلفة للأردن(مقابلة، 2000).

ثالثا: مؤسسة نور الحسين:

تعد من المؤسسات الرائدة في العقبة،للدور الكبير الذي تلعبه في تنمية المجتمع المحلي، عن طريق إعداد البرامج الهادفة لخدمة الطفولة في العقبة، حيث تشرف على حضانة وروضة أطفال، وتقوم بجهود كبيرة للنهوض بالحركة النسائية في المدينة،عن طريق التوعية وعمل البرامج، وإقامة الدورات التدريبية والتثقيفية (نشرة مؤسسة نور الحسين، 2005)

رابعا: بيوت الشباب:

انطلاقا من الدور الكبير الذي يسهم به قطاع الشباب في الأردن، قام المجلس الأعلى للشباب بإنشاء هذه البيوت، في مختلف محافظات الأردن، ونظرا لطبيعة العقبة السياحية تم إنشاء بيتين، الأول تأسس عام 1993م، والثاني عام 2003م، وتشهد هذه البيوت إقبالا شبابياً كبيرا، لطبيعة العقبة السياحية، التي يفضلها الشباب صيفا وشتاء، حيث تمارس في هذه البيوت برامج وأنشطة مديريات الشباب، والاتحادات الرياضية، والجامعات الرسمية والأهلية، والوزارات، والمدارس (نشرة المجلس الأعلى للشباب، 2005).

خامسا: معسكر الحسين للشباب:

أسس هذا المعسكر عام 1996م، على مساحة (42 دونم)، يتألف من أربعة شاليهات، وقاعة محاضرات واجتماعات تتسع لحوالي 200 شخص، ومسرح، إضافة إلى ملاعب لكرة القدم، والسلة، والطائرة، ومكان خاص للتخييم، ويسهم المعسكر في خدمة القطاع السياحي في العقبة من خلال إشرافه على إقامة بطولات

في الرياضة البحرية للفعاليات السياحية القادمة للعقبة (مديرية شباب العقبة، 2005).

7.2 الخدمات السياحية:

تتطلب السياحة اهتماما كبيرا بالخدمات السياحية المختلفة، وأعدادها لاستقبال السائحين، باعتبارها من الوسائل الضرورية للقيام بالسياحة، وتشمل الخدمات السياحية: النقل، والإيواء والطعام، والاستقبال، وغيرها من الخدمات التي يحتاجها السائح، ويرتبط ازدهار الحركة السياحية في بلد ما بقدر ما تقدمه من خدمات للسائح وتقوم السياحة بدورها في عملية تصريف الثروات السياحية وتلبية حاجات السياح ورغباتهم بقدر ما تقدمه من خدمات، إن نوعية الخدمات السياحية وجودتها تسهم بشكل كبير في تحديد الجدوى الاقتصادية للسياحة، حيث تتمكن المنظمات والشركات السياحية من الحصول على مردود مالي كبير بأقل المصروفات.

وتعد الخدمات السياحية أمرا جوهريا في العملية السياحية، من خلال اختيار الخدمات التي تتلاءم وذوق السياح مما يسهم بشكل مباشر في نجاح العملية السياحية.(سماوي، 1994). أما الخدمات السياحية بمفهومها الشامل فهي: مجموعة الوسائل المادية الضرورية لتأمين، أو تسهيل اشتراك الناس في السياحة، وتحقيق أهدافها، واستعمال الخدمات السياحية وخلقها. (أبو رباح، 1975).

وتعكس الخدمات مستوى السياحة السائدة في العقبة ،حيث تضم العقبة عددا كبيرا من الخدمات السياحية، التي أسهمت بشكل كبير بتسويقها سياحيا، إضافة إلى أن مستوى هذه الخدمات يرقى إلى المستوى المطلوب ،ويتناسب مع الزخم السياحي المتوفر في المحافظة، مما ينتج عنه طول إقامة السائح فيها.

أولاً: الفنادق:

تعد الفنادق من الخدمات الأساسية للسياحة، حيث تلعب دوراً أساسياً في تنمية السياحة في أي بلد في العالم فالسائح عند وصوله إلى أي بلد فأن أول شيء يبحث عنه هو الفندق قبل البحث عن الطعام والشراب، وبذلك أصبحت كثير من الدول السياحية في العالم تروج لسياحتها بقدر ما تمتلكه من فنادق، ولم يعد عمل الفنادق

الإيواء فقط، وإنما أخذت تقدم خدمات أخرى للسائح مثل المأكولات والمشروبات والصالات العامة، والنوادي الرياضية والمسابح والخدمات المصرفية. (توفيق، 1997)

ولكي تسهم الفنادق في أداء دورها في خدمة الاقتصاد والتنمية القومية فإنها تحتاج إلى رعاية ودعم كبيرين بالعلم والتكنولوجيا، حيث تشير الإحصاءات العالمية إلى أن 40% من دخل السائح ينفق داخل الفندق. (الظاهر وإلياس، 2001).

لقد رافق تطور الحركة السياحية في العقبة إنشاء العديد من الفنادق بأصنافها المختلفة، ويتركز معظمها في المنطقة الساحلية الشمالية وداخل المدينة قريباً من الساحل، وتشتمل العقبة على (27) فندقاً مصنفاً منها (11) تتراوح في تصنيفها ما بين الثلاثة نجوم والخمسة نجوم، ويوضح الجدول رقم (6) الفنادق في العقبة من فئة نجمة إلى خمسة نجوم، وتحتوي فنادق العقبة على (2600) غرفة فندقية تقريباً، وحوالي (5000) سرير، وبلغت نسبتها من المجموع الكلي لفنادق الأردن لعام 2005 (10%)، في حين بلغت نسبة الغرف (12%)، في حين بلغت نسبة الأسرة (5،12 %) من مجموع الأسرة في المملكة، وهذا يشير إلى مكانة العقبة السياحية المتميزة في الأردن (دائرة الإحصاءات العامة، قسم الإحصاء، 2005).

جدول رقم (6)

الفنادق من فئة (1 ـ 5) نجمة في محافظة العقبة

الرقم	الفندق	التصنيف	الرقم	الفندق	التصنيف	الرقم	الفندق	التصنيف
1-	موفنبك	5	10	البتراء	3	19	دريم	2
2-	انترناشونال	5	11	كرستال	3	20	الأميرة	1
3-	راد سون	4	12	الكازار	2	21	العقبة	1
4-	الخليج	4	13	الشويكي	2	22	الشاطئ	1
5-	تالابي	4	14	الزعتري	2	23	صفاء	1
6-	اكومارينا1	3	15	الشلاله	2	24	نيورخ1	1
7-	اكومارينا2	3	16	الدويك2	2	25	انترناشونال	1
8-	اكومارينا3	3	17	الزيتونه	2	26	دويك 1	1
9-	الكورال	3	18	نيورخ2	2	27	المرسى	1

المصدر : (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، نشرة قسم السياحة ، 2005)

ثانياً: المطاعم السياحية:

تقوم المطاعم السياحية بدور مهم، وبارز في تنشيط الحركة السياحية، فالسائح يحتاج إلى قسط من الراحة، وتناول الطعام الذي يريد، حتى يتمكن من زيارة المواقع في المنطقة، ويوجد في العقبة أكثر من (20) مطعماً سياحياً مصنفاً، بالإضافة إلى مجموعة من المطاعم الشعبية التي تنتشر في أرجاء المحافظة. جدول رقم (7)، ولذلك ترتبط مدة إقامة السائح مع ما ينفقه على الطعام والشراب والترفيه ووسائل المعيشة والخدمات الأخرى، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة حجم الآثار الاقتصادية التي يسببها السائح، مما يتطلب العمل على توفير مستويات الخدمة في المطاعم السياحية، وذلك من خلال توفير موظفين مؤهلين قادرين على التعامل مع السياح.

جدول رقم (7)

المطاعم المصنفة في محافظة العقبة

الرقم	المطعم	التصنيف	الرقم	المطعم	التصنيف
1ـ	راديسون ساس	5	11	علي بابا	3
2ـ	راديسون ساس السفينة	5	12	القبطان	3
3ـ	موفنبك البحرالاحمر	5	13	الفار	3
4ـ	موفنبك الشط	5	14	وميروا	3
5ـ	موفنبك أبو نواس	5	15	فلوكة	3
6ـ	موفنبك النافورة	4	16	الصيني	3
7ـ	موفنبك بالم كورت	4	17	لازانيا	2
8ـ	موفنبك بورتوفنيو	4	18	طريق الحرير	2
9ـ	خليج العقبة البتراء	3	19	ميناهاوس	2
10	خليج العقبة رم	3			

المصدر : (وزارة السياحة والآثار ، قسم الإحصاء ، 2005)

ثالثاً الأدلاء السياحيون:

يعد الدليل السياحي أحد العناصر الرئيسة في صناعة السياحة، فهو الشخص الذي يمتلك المعرفة والتدريب المهني ويتم استئجاره من قبل سائح أو مجموعة من السياح، لإرشادهم إلى الأماكن التي يتم زيارتها خلال رحلاتهم(مقابلة، 1999).

ولأن أداء الدليل السياحي يؤثر في النشاط السياحي والصورة الذهنية لدى السياح حيث إن الانطباع الأول يدوم لفترة طويلة ولدرجة كبيرة، فلا بد أن يكون مؤهلاً أكاديميا، ومعرفياً، من خلال إلمامه بالجوانب الحضارية والسياحية لبلاده، وكذلك حاجته الماسة إلى معرفة أسس وسبل إيصال المعلومات ومبادئها والتعامل مع الجمهور والرأي العام خاصةً المؤثر في السياحة ،بالإضافة إلى العلاقات العامة ،وسبل ممارستها خاصةً في منطقة الأعمال السياحية.(الحوري، 2002).

وتعد خدمة الإدلاء السياحيين واحدة من أهم القنوات لنشر المعلومات الدعائية وسط السياح لأن الدليل يتفاعل مع فئة من الأشخاص من حضارات مختلفة، ولهم

عادات وتقاليد متباينة ولغات مختلفة، لذا يجب أن يكون الدليل السياحي على درجة عالية من الكفاءة التي تمكنه من التأثير إيجابياً في هذه الفئات المختلفة من السياح. (مقابلة والسرابي، 2001)

رابعا: مكاتب السيارات السياحية:

يعد النقل عنصراً رئيساً من عناصر السياحة، فكلما نشطت السياحة صحبها نشاط في صناعة النقل، وتعد السيارة الآن أفضل وسيلة نقل فيما يخص المسافات القصيرة والمتوسطة، وفي الوقت الحاضر انتشرت مكاتب كثيرة في العالم، لتأجير السيارات السياحية وأصبح النقل بالسيارة من الوسائل السهلة والمتوافرة تقريباً لكل شخص، ولم يعد السفر والسياحة مقصورين على الأغنياء فقط، فمكاتب تأجير السيارات جزء لا يتجزأ من العمل السياحي، حيث تعمل على تنظيم الرحلات للأفراد داخل المملكة مما يسهم في الدخل السياحي للبلاد لأن السائح ينفق كثيراً على النقل السياحي (إلياس، 2002).

أما مكاتب تأجير السيارات السياحية في العقبة فيقع معظمها على الشارع الرئيس (الكورنيش)، جدول رقم (8) بسبب قربه من الشواطئ، ومنطقة الفنادق والميناء.

جدول رقم (8)

مكاتب تأجير السيارات السياحية في العقبة

الرقم	اسم المكتب	عدد السيارات العاملة	العنوان
1 ـ	أكوامارينا	12	الفندق
2 ـ	الهلاوي	12	الكورنيش
3 ـ	السيف	11	الكازار
4 ـ	شاطئ المرجان	15	الفندقية
5 ـ	المشغل	11	جولدن تيولب

المصدر: (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، نشرة قسم السياحة، 2005)

خامساً: شركات ووكالات السياحة والسفر:

وهي المكان الذي يمكن للسائح من خلاله الحصول على المعلومات، وعمل الترتيبات اللازمة للسفر بكل أنواعه، ويتركز عمل الوكالة على مساعدة السائح في التعرف إلى كافة الحقائق حول الرحلة السياحية بما تحويه من خدمات محلية وخارجية. (سليم، 1996).

إضافةً إلى ذلك فإن وكالات السياحة تقوم بعمل دعاية للأماكن السياحية عن طريق تسويق الكثير من المنشآت السياحية من مواصلات، وفنادق، ومطاعم، فهي حلقة الوصل بين السائح والمنشآت وتسهم هذه الوكالات والشركات السياحية في تشكيل نظرة السائحين لمقاصدهم، كما أنها تؤثر في اختيارهم للمكان الذي سوف يمضون الإجازة فيه، ويلجأ السائح إلى هذه الوكالات طلباً للنصائح، والتعرف على الأسعار وأماكن التسوق، بالإضافة إلى دورها في تحسين الدخل الوطني عن طريق دفعها للضرائب المترتبة على أرباحها التي تجلبها من العملات الصعبة (العدوان، 1999).

ولكي تقوم هذه الوكالات بخدمة السياحة، لابد من امتلاكها كثيراً من المقومات الضرورية من حيث امتلاكها لعدد من الحافلات الذي لا يقل عن (50) حافلة سياحية، وتوفر القاعات والمرافق الصحية ووسائل الاتصال ،بالإضافة إلى توفر العدد المناسب من الإداريين والمستخدمين والفنيين.(مقابلة، 2000).

أما العقبة فإن هذه الشركات، والوكالات السياحية يقع معظمها على الشارع الرئيس (الكورنيش) جدول رقم (9) وذلك بسبب قربه من الشواطئ، ومنطقة الفنادق والميناء.

جدول رقم(9)

الوكالات السياحية في محافظة العقبة

الرقم	اسم المكتب	الرقم	اسم المكتب
1-	خلال الأردن	9-	الدولية
2-	الجواد	10-	الكابتن
3-	الجسر	11-	داليا
4-	نيازي	12-	فوق وتحت
5-	المروج الخضراء	13-	السلام
6-	صحراء وادي رم	14-	الشرق
7-	الهلاوي		الأقصى
8-	أوربت		

المصدر : (وزارة السياحة والآثار ، قسم الإحصاء ، 2005)

الفصل الثالث

المنهجية والتصميم

الطلب السياحي في محافظة العقبة

1.3 منهجية الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة، حيث تم القيام بزيارات ميدانية وجولات استطلاعية متكررة في محافظة العقبة بهدف التعرف إلى خصائص المنطقة، وتسجيل المشاهدات، ورصد الوقائع الميدانية التي تم الاعتماد عليها في تحليل واقع الحركة السياحية، وعوامل الجذب السياحي، والأماكن السياحية في هذه المحافظة.

وقد جاءت الدراسة الميدانية معتمدة على ما يأتي:

1- الزيارات الميدانية، ومقابلة المسؤولين، وكان الهدف منها هو الحصول مباشرة على المعلومات غير المنشورة من مصدرها الأصلي مباشرة، حيث تم القيام بزيارات متعددة إلى أهم الدوائر الحكومية والخاصة في العقبة مثل: سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، ودار محافظة العقبة، ومؤسسة الموانئ، ودائرة الأراضي والمساحة، والأرصاد الجوية، والفنادق المختلفة والمؤسسات السياحية الأخرى مثل: المطاعم السياحية، ومحلات التحف الشرقية، ومكاتب السيارات السياحية، ووكالات السياحة والسفر.

2- القيام بزيارات متكررة للدوائر الحكومية والخاصة ذات العلاقة في عمان شملت كلاً مما يأتي: دائرة الإحصاءات العامة، والبنك المركزي الأردني، ووزارة السياحة والآثار والملكية الأردنية، ودائرة الأرصاد الجوية، وتم الحصول على معلومات وبيانات كثيرة من هذه الدوائر، كان لها الفضل الأكبر في إظهار هذه الدراسة الى حيز الوجود.

وتم استخدام استبانه خاصة بالسياح للحصول على البيانات والمعلومات الميدانية، أعدها الباحث اشتملت على عدد من المتغيرات مثل: العمر، والجنسية، والدرجة العلمية، ومعدل الدخل السنوي، كما احتوت قائمة من الأسئلة.

(انظر ملحق رقم 1، ص 94 ـ 96) تتعلق بوسيلة الحضور والمغادرة،وكيفية التعرف إلى العقبة، وكيفية قضاء وقت الزيارة، ووسيلة المبيت، ودوافع الزيارة، وأنسب الأوقات لزيارة العقبة، والدخل الشهري للسائح، ومعدل الإنفاق الشخصي، ورضا السائح عن مستوى الخدمات المقدمة. وكذلك الاعتماد على المصادر المكتبية التي شملت المراجع والدراسات المتعلقة بالسياحة والتقارير والنشرات التي تصدر عن الهيئات والمؤسسات الحكومية.

عينة الدراسة:

وبما أن مجتمع الدراسة غير معروف، فقد تم استخراج حجم العينة الممثلة لمجتمع الدراسة، عن طريق توزيع عدد من الاستبانات على عينة استطلاعية مكونة من (612) استبانة في منطقة الدراسة، بطريقة العينة العشوائية المنتظمة،إذ تم إعطاء استبانه لشخص من كل خمسة بشكل منتظم وبواقع (20) في منطقة الشاطئ الشمالي، و(25) في منطقة الشاطئ الجنوبي و(20) استبانة في وادي رم، و(15) استبانة في قلعة العقبة، واعتمدت الدراسة على متغيرين هما: العمر، والمستوى التعليمي كأساس في استخراج حجم العينة.

حيث بلغ حجم العينة حسب متغير العمر(598)، في حين كان حجم العينة حسب المستوى التعليمي (402)

وعليه فإن حجم العينة للدراسة =

$$\frac{402+598}{2} = 500$$

$$\frac{612 + س}{2} = 503$$

أصبحت السياحة مطلباً ملحاً من مطالب الإنسان في عصرنا الحالي ، فبعد الحرب العالمية الثانية أخذت السياحة بعداً جديداً، بسبب تقدم المواصلات البحرية والجوية وتطور وسائل الإعلام، إضافةً إلى الاستقرار الاقتصادي الذي شهدته الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية واليابان، مما أدى إلى ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على السياحة الداخلية والدولية .

ويعرف الطلب السياحي بأنه مجموع أعداد السياح الذين يستخدمون المنشئات السياحية، سواءاً كانوا من البلد نفسه أم من الخارج. (الطائي والعلاّف، 2000).

تعد معرفة الطلب السياحي في محافظة العقبة ضرورة هامة، لوضع برامج وخطط لتطوير السياحة، وتشمل دراسة الطلب السياحي: معرفة جنسيات السياح وخصائصهم الاجتماعية وتطور أعداد السياح والتوزيع الجغرافي لمصادر السياح وقضاء وقت الزيارة وموسمية السياحة والمقترحات التي يبدونها، والهدف من ذلك هو توفير الخدمات السياحية الملائمة لأذواق السياح على اختلاف جنسياتهم، والعمل على وضع حلول مناسبة للمشاكل التي تواجههم، مما يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي والى زيادة الدخل السياحي، وما ينتج عن ذلك من تنشيط للقطاعات الاقتصادية المختلفة التي لها علاقة بالقطاع السياحي، بالإضافة إلى إعطاء صورة إيجابية عن الواقع الحضاري للموقع السياحي، فالانطباع الذي يحمله السائح يؤدي إلى زيادة أو نقصان الطلب السياحي من والى المنطقة.

2.3 جنسيات السياح:

تتباين جنسيات السياح القادمين إلى العقبة، ويعتبر الأردنيون الأكثر قدوماً الى العقبة جدول رقم (10)، فقد شكلوا عام 2005 ما نسبته 4،53 % من مجموع السياح أما المصدر الثاني للسياح فهو السوق الأوروبي، وقد بلغت نسبتهم 7،28 %، ويأتي السياح من الأقطار العربية الأخرى لا سيما من العراق في المرتبة الثالثة بنسبة 13.3 %، يليهم في النسبة السياح القادمون من الدول الآسيوية إذ بلغت نسبتهم 2.4 %، أما السياح القادمون من أمريكا فقد شكلوا ما نسبته 1.4 % من

مجموع السياح، والسياح الإفريقيون في المركز الأخير. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، نشرة قسم السياحة، 2005)

جدول رقم (10)

التوزيع النسبي للسياح حسب الجنسية في محافظة العقبة لعام 2005

الجنسية	العدد	النسبة %
الأردنيون	221453	53.4
الأوروبيون	122035	28.7
العرب	56213	13.3
الآسيويون	11308	2.4
الأمريكيون	5656	1.4
جنسيات أخرى	3667	0.8
المجموع	420332	%100

المصدر: (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، نشرة قسم السياحة : 2005)

3.3 دوافع الزيارة لمحافظة العقبة :

يفترض عند القيام بأي دراسة، تتعلق بالسياحة في منطقة ما أن نتعرض إلى معرفة دوافع السياح وأهدافهم من الزيارة، لما لذلك من أهمية كبيرة في مجال التسوق السياحي. إضافة إلى الاستفادة من ذلك في التركيز على تطوير عناصر الجذب السياحي، بناء على تحليل الاستبيانات تم استخلاص جدول رقم(11)، الذي يظهر الدوافع الرئيسية لزيارة العقبة.

جدول رقم (11)

دوافع الزيارة عند السياح للعقبة %

الدوافع	الجنسية / أردنية	عربي	أوروبي	أمريكي
العمل	%22	%20	%3	%5
التّسوق	%15	%13	%7	%9
ممارسة رياضات بحرية	%9	%17	%25	%27
جمال الطقس	%45	%25	%35	%30
زيارة الأماكن التاريخية	%6	%15	%23	%20
الدراسة والبحث	%3	%10	%7	%9

يلاحظ من الجدول رقم (11) ما يأتي:

1- لقد اختار معظم الأردنيين محافظة العقبة لجمال الطقس حيث تصل نسبة من يذهبون لأجل ذلك 45%، ومن الأوروبيين 35%، أما الأمريكيون فقد شكلوا ما نسبته 30 %، في حين استحوذ جمال الطقس عند العرب على ما نسبته 25%، وهذا يؤكد أن مناخ العقبة يسهم بشكل كبير بجعلها منطقة جذب سياحي

2- استحوذ دافع الزيارة عند الأردنيين إلى العقبة بشكل رئيس على ما يأتي: جمال الطقس 45%، العمل 22%، التسوق 15%، ممارسة الرياضات البحرية 9%، زيارة الأماكن التاريخية 6%، الدراسة والبحث 3%.

3- استحوذ دافع الزيارة عند العرب إلى العقبة بشكل رئيس على ما يأتي: جمال الطقس25%، العمل 20%، ممارسة الرياضات البحرية 17%، زيارة الأماكن التاريخية 15%، التسوق 13%، الدراسة والبحث 10%.

4- يأتي غالبية الأجانب إلى العقبة للاستمتاع بطقس دافئ بشكل رئيس حيث بلغت نسبة السياح الأوروبيين القادمين من أجل ذلك 35%، أما الأمريكيون فقد شكلوا ما نسبته 30%، حيث تساعدهم مياه البحر الدافئة في ممارسة الرياضات البحرية المفضلة لديهم.

4.3 تطور أعداد السياح في العقبة :

لا توجد أرقام دقيقة لأعداد السياح القادمين للعقبة ، لأن الكثير من السياح لا يقيمون في الفنادق، فقد تبين من خلال تحليل الاستبانات التي تم توزيعها على السياح أن حوالي 3،25 % من السياح القادمين إلى العقبة لا يقيمون في الفنادق.

جدول رقم (12)

تطور أعداد السياح في العقبة من(1980 ـ 2005)

السنة	عدد السياح	السنة	عدد السياح
1980	45000	2000	238.835
1981	50000	2001	229.501
1985	52000	2002	229.174
1990	54000	2003	338.191
1995	115.000	2004	357.204
1999	203.315	2005	420.332

المصدر: (وزارة السياحة، نشرة قسم الإحصاء : 2005)

يلاحظ من الجدول رقم (12) حدوث زيادة كبيرة في عدد السياح القادمين إلى العقبة، حيث تضاعف عدد السياح في عام 2005 ثمانية أضعاف مقارنة بعام 1981 م وقد انعكس ذلك على نسبة الإشغال في فنادق العقبة.

وقد انخفضت نسبة الإشغال في الفنادق المصنفة في العقبة عام 2003 إلى 57% وارتفعت عام 2004 إلى 60%، في حين ارتفعت أعداد الأسرة في الفنادق المصنفة من 3936 سريراً عام 2003، جدول رقم (13) إلى 4289 سريراً عام 2005، وقد بلغت ليالي المبيت الفعلية لعام 2003 (882320) ليلة بمعدل إقامة 2.6، ثم انخفضت إلى (820382) ليلة لعام 2004، بمعدل إقامة 2.3، ثم انخفضت إلى (814668) ليلة لعام 2005، بمعدل إقامة1.96. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2006)

جدول رقم (13)

أعداد الغرف والأسرة في فنادق العقبة المصنفة لعام 2005

التصنيف	عدد الفنادق	عدد الغرف	عدد الأسرة
5 نجوم	2	571	786
4 نجوم	3	572	935
3 نجوم	6	482	1065
2 نجمة	8	519	1058
1 نجمة	8	182	445
المجموع	27	2326	4289

المصدر: (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، نشرة قسم السياحة ، 2005)

أما الفنادق غير المصنفة في العقبة فقد بلغ عددها ثلاثة عشر فندقاً جدول رقم (14) ووجد عند زيارة فندق أزهار الأردن أن 75% من السياح المقيمين فيه من العراقيين والمصريين الذين يأتون ليوم واحد أو يومين ، وتقدر نسبة الإشغال فيه بحوالي 64% وهي نسبة مرتفعة ، حيث بلغ عدد السياح المقيمين في فندق أزهار الأردن لعام 2005 حوالي 12300 سائح .

(سجلات فندق أزهار الأردن ، 2005)

جدول رقم (14)

أعداد الغرف والأسرة في فنادق العقبة الغير مصنفة لعام 2005

الرقم	اسم الفندق	التصنيف	عدد الغرف	عدد الأسرة
1ـ	الجابر	غير مصنف	16	35
2ـ	النهر الخالد	غير مصنف	18	39
3ـ	الخولي	غير مصنف	12	26
4ـ	الواحة الخضراء	غير مصنف	29	80
5ـ	الجميل	غير مصنف	17	43
6ـ	القدس	غير مصنف	16	43
7ـ	البتراء	غير مصنف	35	84
8ـ	الثغر	غير مصنف	20	70
9ـ	العامر	غير مصنف	10	30
10ـ	البحر الأحمر	غير مصنف	28	60
11ـ	أزهار الأردن	غير مصنف	30	90
12ـ	الشاطئ	غير مصنف	12	28
13ـ	الكورنيش	غير مصنف	18	50
المجموع	13		261	678

المصدر: (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، نشرة قسم السياحة : 2005)

وعلى ذلك يمكن حساب نسبة الإشغال في فندق أزهار الأردن بالطريقة الآتية.

$$\text{نسبة الأشغال} = \frac{\text{مجموع ليالي المبيت الفعلية}}{\text{مجموع ليالي المبيت النظرية}} \times 100$$

(حمودة : 2000)

مجموع ليالي المبيت النظرية في فندق أزهار الأردن لعام 2005 يساوي

365 × 90 سرير = 32850 عدد المقيمين في الفندق نظرياً.

مجموع ليالي المبيت الفعلية = عدد المقيمين × معدل الإقامة ويساوي

12300 × 7،1 = 20910 ليالٍ

نسبة الإشغال في فندق أزهار الأردن = 20910

$$\frac{20910}{32850} = 64\ \%$$

(سجلات فندق أزهار الأردن، 2005)

وبالطريقة نفسها يمكن حساب عدد المقيمين في الفنادق غير المصنفة، علماً بأن عدد الأسرة فيها 678 سريراً .

مجموع ليالي المبيت الفعلية في الفنادق غير المصنفة = 64% × 247470 = 158380 عدد المقيمين في الفندق فعلياً.

وبهذا يكون مجموع ليالي المبيت الفعلية في الفنادق المصنفة، وغير المصنفة في العقبة لعام 2005، 814668 + 158380 = 973048 ليلة .

وبالعودة لنتيجة الاستبانة التي وزعت على السياح في العقبة فقد أظهر أن حوالي 3،25 من السياح لا يقيمون في الفنادق، وهذه النسبة تساوي 25.3 × 973048 ويساوي 246181 ليلة فيكون مجموع الليالي الفعلية التي قضاها السياح في العقبة عام 2005 هي (1.219.229) ليلةً.

5.3 وسائل النقل المستخدمة في الوصول والمغادرة للعقبة :

يعد عامل النقل أساساً لقيام السياحة وازدهارها، لاحتوائه على عاملين مهمين، هما: الطريق ووسيلة النقل، لما لهما من أهمية في ربط موقع العرض السياحي في أي منطقة، وهما المحددان الأساسيان لخصائص وطبيعة وحجم الحركة بين موقع الطلب والعرض السياحي.(الزوكة، 1992)

إن ازدهار السياحة في أقاليم ودول العالم المختلفة ارتبط طردياً بتقدم وسائل النقل، فتطور وسيلة النقل من القطار البدائي إلى القطار السريع إلى أن ظهرت

السيارات بأنواعها المختلفة، إضافة إلى النقل الجوي الذي ساعد في تقريب المسافات بين مدن العالم. (الحوري والدباغ، 2000).

إن الهدف من معرفة وسائل النقل المستخدمة في الوصول إلى العقبة هو تحديد أي الوسائل أكثر رغبة عند السياح في الوصول، ومن خلال الاستبانة التي وزعت على السياح، جدول رقم (15) وجد أن أكثر الوسائل استخداماً لدى السياح هي السيارات الخاصة، حيث بلغت نسبة القادمين بوساطتها 45% من السياح، وان 75% من السياح يأتون براً و20% يأتون جواً و5% يأتون بحراً .

جدول رقم (15)

إجابات السياح عن وسيلة النقل المستخدمة في الوصول والمغادرة من العقبة

	جواً	بحراً	حافلة	سيارة خاصة	تكسي	المجموع
الوصول%	20	5	25	45	5	100
المغادرة%	17.5	12.2	15	43.3	12	100

6.3 مصادر استقاء المعلومات لدى السياح عن العقبة

تسهم الدعاية السياحية بشكل كبير في التسويق للمناطق السياحية عند السائحين، وتعمل على خلق وتوجيه الطلب، إضافة إلى تقديم معلومات عن نوعية العرض وكيفيته. وللتسويق العديد من الوسائل الإعلامية التي يتم بوساطتها إعلام السياح عن المنطقة، وما يتوافر فيها من عناصر جذب، منها الصورة، والكلمة المكتوبة والمسموعة.

وبعد تحليل الاستبانة التي وزعت على السياح في العقبة تم التوصل إلى الجدول الآتي.

جدول رقم (16)

كيفية الوسائل التي تعرف من خلالها السياح عن العقبة وفق جنسياتهم

الجنسية /المصدر	الصحف والمجلات	الأقارب والأصدقاء	الراديو والتلفاز	الإنترنت	العمل	النشرات السياحية	التعليم في المدارس	مكاتب السياحة والسفر
الأردنيون	10	30	35	27	7	13	5	9
العرب	15	17	11	30	12	15	1	6
الأوروبيون	13	16	8	12	6	25	3	12
الأمريكيون	17	12	7	10	8	27	2	6
جنسيات أخرى	7	14	6	11	12	20	1	2
المجموع	62	89	67	90	45	100	12	35
%من 500	12.4	17.8	13.4	18	9	20	2.4	7

من الجدول رقم (16) يتبين لنا أن النشرات السياحية من أكثر وسائل استقاء المعلومات أهمية، حيث بلغت نسبة من عرفوا العقبة بهذه الوسيلة 20%، يليها كل من الإنترنت، والأقارب والأصدقاء بنسبة 18%، 17.8 % على التوالي، أما معرفة العقبة عن طريق وسائل الإعلام المسموعة من إذاعة وتلفاز فقد ظهر عند الأردنيين أكثر من غيرها؛ مما يبين دورهما في تشجيع الذهاب الى العقبة، وكان لمكاتب السياحة والسفر دور ضعيف عند مختلف جنسيات السياح.

7.3 الخصائص الاجتماعية للسياح القادمين للعقبة:

تتباين الخصائص الاجتماعية والاقتصادية عند جنسيات السياح الذين زاروا العقبة من حيث أعمارهم، ووضعهم الاقتصادي، وحالتهم الاجتماعية، إضافة إلى مستواهم التعليمي. وهذه الخصائص تسهم بشكل كبير في تحديد نوعية الخدمات

السياحية الواجب توفراها، وتؤثر هذه الخصائص بشكل كبير في قبول بعض السلع والخدمات، أو رفضها وهذه الخصائص هي:

1ـ أعمار السياح القادمين إلى العقبة:

لقد أظهرت نتائج تحليل الاستبانة السياحية أن متوسط أعمار السياح القادمين إلى العقبة هو: (34.3) سنة

جدول رقم (17)

متوسط أعمار السياح القادمين إلى العقبة

الجنسية	الفئة العمرية					
	اقل من 25	26ـ35	36ـ45	46ـ55	56ـ65	66ـ75
الأردنيون	%25	%42	%20	%7	4.8	%1.2
العرب	%13	%30	%40	%10	%4	%3
الأوروبيون	6.4	%15	14.6	%34	%22	%8
الأمريكيون	5.3	%13	17.2	%36	22.3	%6.2
الجنسيات الأخرى	%21.3	%25.5	%15.2	%17	%16	%5

يلاحظ من الجدول رقم (17)، ارتفاع نسبة الأردنيين الذين تقل أعمارهم عن 36 سنة، حيث بلغت نسبتهم67% وهي فئة الشباب؛ مما يتطلب معه توفير الخدمات المختلفة لهم من ألعاب رياضية، ومسابقات، ومهرجانات، وارتفاع نسبة كبار السن عند الأوروبيين والأمريكيين من الفئة العمرية (46 – 55) ويعود ذلك إلى أنظمة التقاعد والضمان الاجتماعي عندهم، وهذا يعطي مؤشرا على توفير الخدمات السياحية التي تناسب هذه الفئة العمرية.

2ـ الحالة الاجتماعية للسياح القادمين للعقبة:

لقد أظهرت نتيجة الاستبانة السياحية، أن نسبة المتزوجين من السياح الأجانب هي:(63.4%) أما الأردنيون فبلغت نسبتهم (68.2 %)، أما نسبة غير المتزوجين من السياح العرب فهي (56.3 %)، يلاحظ من هذا عدم وجود تقارب في الحالة الاجتماعية بشكل خاص عند الأردنيين، والسياح العرب، ووجود تقارب في النسبة عند السياح الأجانب .

3ـ الخصائص التعليمية للسياح القادمين إلى العقبة:

هناك علاقة طردية بين المستوى التعليمي وعدد السياح القادمين للعقبة، ويرجع ذلك إلى مستوى المعرفة، والمستوى الثقافي لشخصية الفرد السائح المثقف والمتعلم ويمكن أن تكون المعرفة والثقافة حافزاً للرحلة السياحية، والاطلاع على المعالم السياحية والتاريخية والأثرية. جدول رقم (18) .

جدول رقم (18)

الخصائص التعليمية للسياح القادمين للعقبة

الجنسية	غير متعلم	ثانوي فما دون	دبلوم متوسط	جامعي	دراسات عليا	النسبة %
الأردنيون	7.2	21.6	13.4	35.3	22.5	100
العرب	11.7	17.1	24.4	27.8	19	100
الأوروبيون	2.3	12.5	16.7	42.5	26	100
الأمريكيون	1.7	27.2	13.6	37.2	20.3	100
جنسيات أخرى	6.5	12.4	25.6	36.2	19.3	100

يلاحظ من الجدول رقم (18) أن هناك تفاوتاً في مستويات التعليم لدى السياح فقد لوحظ أن نسبة التعليم العالي مرتفعة عند مختلف فئات السياح خاصةً الأوروبيين، وقد احتلت فئة حملة الشهادة الجامعية عند الأردنيين المرتبة الأولى، وهذا يدل على أهمية السياحة لهذه الفئة.

8.3 المبيت في محافظة العقبة:

ذكر سابقاً أن 25.3 % من السياح القادمين إلى العقبة يقيمون في أماكن غير الفنادق، حيث تبين من الاستبانة أن المبيت في العقبة يتم حسب الجدول رقم (19).

جدول رقم (19)

النسبة المئوية لنوع مبيت السياح في العقبة

نوع المبيت	النسبة المئوية
الفنادق	74.7
الشاليهات	13.3
بيت ملك	3.4
شقق مستأجرة	6
مخيمات	2.6

يلاحظ من الجدول رقم (19) أن حوالي 25.3 % من السياح القادمين إلى العقبة لا يقيمون في الفنادق، بل يقيم الكثير منهم، -ومن مختلف الجنسيات- في شقق للإيجار، وأن نسبة كبيرة من السياح ولا سيما المحليون ممن يأتون للتخييم على الشواطئ.

9.3 قضاء وقت الزيارة إلى العقبة:

أسهمت الخدمات السياحية (العرض السياحي) في العقبة من فنادق ومطاعم ونوادٍ سياحية، ومسابح، إضافة إلى نادي الغوص في تلبية احتياجات السياح، فعندما يشعر السائح بالرضا والقناعة أثناء قضاء وقت الزيارة يعود بالتفكير من جديد، وباندفاع ورغبة أكثر من السابق للقيام برحلة سياحية أخرى.

ويؤثر التسويق السياحي الناجح في الطلب السياحي، وذلك من خلال تشجيع السياح على البقاء مدة أطول في الأماكن السياحية، والعمل على تحفيزهم، لزيادة فترة الرحلة السياحية، وقضاء الوقت الأكبر منها في المكان السياحي، بدلاً من قضائها منفرداً

ويوضح الجدول رقم (20) إجابات السياح عن الاستبانة في كيفية قضاء وقت الزيارة إلى العقبة.

جدول رقم (20)

النسبة المئوية لكيفية قضاء وقت الزيارة للعقبة

كيفية قضاء وقت الزيارة	النسبة المئوية
ضمن مجموعة سياحية	45.8
مع العائلة	27.3
منفرداً	26.9

يلاحظ من الجدول رقم (20) أن 8،45 % من السياح يقضون معظم وقت الزيارة في العقبة ضمن مجموعات سياحية، ولخدمة هذه المجموعة فقد أولى القائمون على القطاع السياحي في العقبة، اهتماماً كبيراً بهذه المجموعة وذلك من خلال توفير المنشآت السياحية من فنادق، ومطاعم، واستراحات، ونوادٍ، وقرى سياحية وكل ما تشمله من خدمات سياحية.

أما السياح الذين يقضون وقتهم مع عائلاتهم، فتصل نسبتهم إلى 27.3% من مجموع السياح القادمين للعقبة فيستدعي ذلك توفير منشآت سياحية تلبي احتياجاتهم من مطاعم وشاليهات.

أما السياح القادمون إلى العقبة بشكل منفرد فقد شكلوا ما نسبته 26.9 %، مما يتطلب توفير حدائق، ومدينة ألعاب رياضية لهذه الفئة، بالإضافة إلى الخدمات الأساسية الأخرى.

10.3 موسمية السياحة في العقبة:

تعرف موسمية السياحة بأنها: النشاطات السياحية التي تتم من خلال فترات محددة من السنة، وغالباً ما تكون قصيرة المدة وتمتاز أيضاً بأنها تتناقص أو تختفي خلال فترات أخرى، ويسهم المناخ بشكل كبير في تحديدها(الزوكة، 1992).

ويمتاز الطلب السياحي في العقبة بأنه طلب موسمي متذبذب تكون ذروته في أشهر(آذار، نيسان، آب، أيلول)، ثم ينخفض في بقية أشهر السنة وخاصة أشهر (حزيران، كانون الأول) (انظر ملحق رقم، 2، ص،97).

ونتيجة للطبيعة الموسمية التي يتصف بها الطلب السياحي في العقبة خلال هذه الأشهر، فإن ذلك ينعكس على الرحلة السياحية، ويكون للسائح الرغبة في القيام بالرحلة وشراء الخدمات السياحية.

وللموسمية السياحية آثار سلبية تدفع المستثمرين في هذا القطاع إلى التفكير كثيراً قبل إنشاء المشاريع السياحية خوفاً من الخسائر المادية العالية عندما ينخفض الطلب السياحي إلى أدنى مستوياته خلال فترة الكساد السياحي .

وقد أظهرت إجابات السياح حول أنسب الأوقات المفضلة لهم لزيارة العقبة أن 72% منهم يفضلون زيارتها خلال شهري آذار، ونيسان، كما أن موسمية السياحة تظهر في أعداد السياح القادمين إلى العقبة لعام 2005، حيث بلغ عدد السياح القادمين إلى العقبة في هذه الفترة (80204) سائح، ثم شهر آب (43866) سائحاً، وأخيراً شهر أيلول (40102) سائح. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، نشرة قسم السياحة، 2005).

11.3 آراء السياح وانطباعاتهم عن زيارتهم إلى العقبة:

إن الهدف من دراسة آراء السياح وانطباعاتهم هو معرفة مستوى الخدمات التي تقدم لهم ما يساعد في معرفة السلبيات ومحاولة تلافيها مستقبلاً، وزيادة فاعلية الإيجابيات ومعالجة مواطن الضعف في هذه الخدمات والتركيز عليها، بهدف تنشيط الحركة السياحية بشكل عام، ويوضح الجدول رقم (21) إجابات السياح عن الاستبانة حول انطباعاتهم، ومستوى رضاهم عن الخدمات السياحية في العقبة .

جدول رقم (21)

يظهر آراء السياح وانطباعاتهم عن العقبة ومستوى الرضا عن الخدمات السياحية %

الخدمات	درجة عالية جداً	درجة عالية	درجة جيد	درجة متوسط
الفنادق	23.5	21.7	34.3	20.5
المطاعم	21.4	31.6	29.7	17.3
الاستراحات السياحية	13.2	18.5	47.6	20.7
المعلومات السياحية	35.3	27.2	22.4	15.1
وسائل الترفيه	32.6	29.2	21.4	16.8
النشاطات السياحية	24.3	17.5	40.1	18.1
المياه والكهرباء	26.4	37.3	21.2	15.1
الطرق والمواصلات	36.6	23.2	30.7	9.5

يلاحظ من الجدول رقم (21) أن رضا السياح وانطباعاتهم عن الخدمات السياحية في العقبة متباينة.

فقد أجاب 20.5% من السياح بأن خدمة الفنادق متوسطة، وبلغت نسبة من كانت انطباعاتهم عالية جداً 5،23 %، في حين نلاحظ ارتفاع نسبة الذين عبروا عن رضاهم عن هذه الخدمة بدرجة جيد، حيث بلغت نسبتهم 3،34% من أعداد السياح؛ مما يتطلب الاهتمام بشكل كبير في قطاع الفنادق.

أما بالنسبة للمعلومات السياحية فقد أجاب 15.1% من السياح بأن هذه الخدمة متوسطة، وبلغت نسبة من كانت انطباعاتهم عالية جداً 35.3% ويعود هذا إلى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة بتسويق الأردن سياحياً، مما يدعم دورهما في تشجيع الذهاب للعقبة.

أما عن مستوى خدمات المياه والكهرباء فقد عبر 15.1% من السياح بأن هذه الخدمات متوسطة، في حين بلغت نسبة من عبروا بدرجة عالية 37.3%.

أما فيما يتعلق بخدمات الطرق والمواصلات فقد أجاب 9.5% من السياح بأنها خدمات متوسطة، في حين بلغت نسبة من أجابوا بأنها خدمات عالية جداً 36.6%.

الفصل الرابع

الآثار الاقتصادية للسياحة في محافظة العقبة

يقدر دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد الوطني من خلال إسهامه في تطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى وتنميتها، بما يعرف بالأثر المضاعف للناتج السياحي، فهو مصدر من مصادر العملات الأجنبية، ويسهم في زيادة حجم الاستخدام سواء المباشر، مثل: العمل في الفنادق، والنقل السياحي والسفر، أو فرص العمل غير المباشرة والتي تتعلق بنشاطات أخرى، لكنها تتأثر بالنشاط السياحي، مثل: المطاعم والمسارح، وأماكن الترفيه وغيرها، وبالتالي زيادة الدخل الوطني ،وتسهم السياحة أيضاً بتوزيع التنمية الاقتصادية حسب المناطق الجغرافية في المواقع المختلفة في الدولة. (Ennew 2003 31- 53)ولقد استطاعت دول عديدة أن تجعل من السياحة ثروة وطنية تسهم بجزء كبير من واردات العملات الأجنبية مثل: فرنسا وإسبانيا ويعود ذلك إلى اعتمادهم على التخطيط السياحي الناجح، واستغلالهم للمقومات السياحية المتوافرة في بلدانهم. (Munoz 2000 : 527 _ 29)

1.4 الآثار الاقتصادية:

تلعب السياحة دوراً مهما في تنشيط الاقتصاد الوطني، وفي تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال ما تحققه من فوائد عديدة تعود على المجتمع بوساطة الاستثمارات الموجهة للسياحة، وإن تأثيرها في الاقتصاد الوطني يعتمد إلى حدٍ كبير على حجم وطبيعة النمو الاقتصادي للبلد، وأهمية السياحة في اقتصاده، ففي كثير من الدول النامية، تعد السياحة من أهم مصادر الدخل القومي، فكلما ازدادت إيرادات السياحة من العملات الأجنبية ازدادت أهميتها في دعم الاقتصاد الوطني (الروبي، 1985).

إن تنشيط الحركة السياحية يساعد في تشجيع الاستثمارات، في مجالات عديدة تخدم الحركة السياحية منها: بناء الفنادق، والمطاعم وبناء المؤسسات التجارية والصناعية الجديدة، وفي تطوير وسائل النقل، وزيادة النشاط الزراعي لإنتاج المواد الغذائية اللازمة للحركة السياحية، وتنشيط القطاع المالي والمصارف، كما يساعد في زيادة الطلب على الخدمات، والنفقات المباشرة وغير المباشرة وزيادة دخول العاملين والشركات السياحية وشركات النقل (الحوري، 2000)

ويعد طلب السياح على الخدمات، باعتبارهم غرباء عن المنطقة -ليسوا دائمي الإقامة فيها- فهم بحاجة إلى إشباع الحاجات الأساسية من طعام، وشراب، وسكن في مكان إقامتهم الجديد، فالسياح سكان مستهلكون لأنهم لا يعملون ولا يشكلون جزءاً من الفعاليات الاقتصادية والإنتاجية(الياس، 2002).

وتعد السياحة من الدعائم الاقتصادية لكثير من الدول، التي تعتمد في اقتصادياتها على النشاط السياحي بالدرجة الأولى مثل: إسبانيا، واليونان، ومصر، وتونس لذلك فإن النهوض بالسياحة يتطلب دراسة كافة المتغيرات الاقتصادية التي تتعلق بها من حيث معدل الإنفاق والعمالة، والاستثمار وتوظيف العناصر المتاحة بالدرجة التي تحقق رخاء المجتمع ورفاهيته. (السيسي، 2000).

2.4 الدخل السياحي في محافظة العقبة:

إن القطاع السياحي كأي قطاع آخر، جزء لا يتجزأ من الاقتصاد الوطني، له دوره الفعلي في تكوين الدخل، ولكن يختلف هذا الدور بحسب حجم القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني وأهميته. (Hazari 1995 : 253)

ويعرف الدخل السياحي بأنه: مجموع العوائد المتحققة من النشاطات السياحية خلال فترة السنة. (الحوري، والدباغ، 2000).

إن عملية تقدير الإيرادات السياحية في دولة أو مدينة ما معقدة جداً، لأن المنتج السياحي مركب من مجموعة عناصر متعددة تسهم في تقديمه، وتؤثر في القطاعات الأخرى سواء كانت صناعية، أم زراعية أو خدماتية فالسائح يستهلك مجموعة من السلع والخدمات، منها ما يتعلق بالخدمات والسلع التي تبيعها المنشآت

السياحية مثل: الإقامة، والطعام، والشراب، والنقل، والهدايا، والتذاكر، ومنها ما يتعلق بما تقدمه غيرها من المنشآت الأخرى مثل: التجارية، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف(الروبي، 1996).

إن نشاط الحركة السياحية يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية، مثل: الفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشروعات التي تؤدي إلى زيادة دخول المشتغلين بالخدمة السياحية، وارتفاع معدل الأشغال في الفنادق والمطاعم(الطائي والعلاف، 2000) ويشمل الأثر الاقتصادي للسياحة أيضاً ارتفاع معدل الإنفاق على السلع والخدمات المستهلكة، حيث تميل أسعارها إلى الارتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها، مما يؤدي إلى تنشيط الصناعات المتصلة بالسياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة (63 _ 55 : 1987 Chow) .

وقد أسهم النشاط السياحي في محافظة العقبة في زيادة الاستثمار فيها، مما نتج عنه اتساع نطاق عمل الهيئات المشتغلة بصناعة السياحة، وخاصةً في مجال الأراضي، من أجل إقامة المنشآت الفندقية والسياحية، ومراكز الخدمات المختلفة، وشكل هذا ارتفاعاً في مستويات أسعار المباني والقيمة الايجارية (هيئة تنشيط السياحة، التقرير السنوي، 2005)

ونظرا لأهمية التسهيلات السياحية في تنمية العمل السياحي، ورفع كفاءته، وللدور البارز الذي يلعبه القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني، ولكون العقبة المنطقة الأكثر جذبا للسياح في الأردن، فقد عملت على الإنفاق على المشروعات السياحية في العقبة عن طريق إقامة مشروعات البنية الأساسية من طرق وموانئ ومطارات وكذلك التوسع في إنشاء الخدمات السياحية من فنادق ومطاعم ومتاحف، وإقامة المعارض والمؤتمرات، وهذا الإنفاق يؤدي بدورة إلى تنشيط الحركة الاقتصادية في العقبة ويمكن معرفة الدخل السياحي من خلال المعادلة الآتية: الدخل السياحي = عدد القادمين × متوسط مدة الإقامة × متوسط الإنفاق اليومي (المعايطة، 1991)

ونظراً لصعوبة الحصول على أرقام دقيقة عن عدد السياح في فنادق العقبة فقد اعتمدت في تقديرات إنفاق السياح على ما توفر لدي من معلومات من الاستبانة السياحية التي قمت بتوزيعها على السياح في العقبة.

3.4 معدل إنفاق السياح بالدينار في محافظة العقبة:

الانفاق السياحي: هو الانفاق الذي يقوم به السائح على مختلف السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال إقامته في البلد المضيف (الروبي، 1996).

ومن خلال الاستبانة السياحية التي وزعت على السياح في محافظة العقبة، فقد تم تحديد أربع خدمات للإنفاق السياحي: الطعام، والشراب، والنقل، والإقامة، والتسوق والهدايا. وبعد تحليل الاستبانة وجد أن هناك اختلافا في الإنفاق بين هذه الخدمات، وذلك باختلاف مستوى السائح وجنسيته، وسلوكه الإنفاقي ونوعية السياحة سواء أكانت ثقافية أم ترويحية أم علاجية.

وبالنسبة لمعدل الإنفاق اليومي في محافظة العقبة حسب الجنسيات المختلفة فقد كانت نتيجة الاستبانة السابقة ،حسب ما هو موضح في الجدول رقم (22)

جدول رقم (22)

معدل انفاق السياح بالدينار الأردني في محافظة العقبة

الخدمات	معدل الإنفاق بالدينار الأردني	أردني	عربي	أوروبي	أمريكي	جنسيات أخرى
الطعام	1 ـ 10	80	16	45	25	20
والشراب	10 ـ 20	25	10	8	20	15
	20 ـ 30	10	7	3	7	13
	أكثر من 30	6	5	7	8	2
التنقلات	1 ـ 10	40	15	13	17	6
	10 ـ 20	17	7	4	4	5
	20 ـ 30	10	4	3	7	3
	أكثر من 30	9	6	5	6	2
الإقامة	1 ـ 10	15	6	4	5	10
	10 ـ 20	20	30	40	15	20
	20 ـ 30	25	30	35	30	40
	أكثر من 30	17	15	20	10	15
التسوق	1 ـ 10	13	25	10	13	15
والهدايا	10 ـ 20	40	15	20	25	20
	20 ـ 30	25	25	15	20	16
	أكثر من 30	8	13	18	10	8

إن مجمل الإنفاق في المنطقة يمكن حسابه على النحو الآتي:

أولاً: الإنفاق على الطعام والشراب ويحسب من خلال المعادلة التالية:

عدد السياح × متوسط الإنفاق

5 × 186 = 920 ديناراً　　15 × 78 = 1170 ديناراً

25 × 40 = 1000 دينار　　35x24=840 ديناراً

فيكون إجمالي إنفاق السياح على الطعام والشراب:

920 + 1170 + 1000 + 840 = 3930 ديناراً

بالطريقة نفسها يحسب إجمالي إنفاق السياح على التنقلات والإقامة والتسوق والهدايا

جدول رقم (23)

إجمالي إنفاق السياح بالدينار الأردني في محافظة العقبة

معدل الإنفاق	الطعام والشراب	التنقلات	الإقامة	التسوق والهدايا	المجموع
1 - 10	920	455	200	380	1955
10 - 20	1170	555	1875	1800	5400
20 - 30	1000	675	4000	2525	8200
أكثر من 30	840	840	2610	1710	6000
المجموع	3930	2525	8685	6415	21555

وعلى هذا الأساس يكون مجمل إنفاق السياح لأفراد العينة 21555 ديناراً.

4.4 تقدير الدخل السياحي في محافظة العقبة:

لمعرفة الدخل السياحي في محافظة العقبة لابد من معرفة أعداد السياح القادمين للمحافظة من كل الجنسيات، ونسبة إشغال الفنادق، ومتوسط معدل الإقامة ومعدل إنفاق السائح اليومي، وحساب نسبة الإشغال في الفنادق المصنفة وغير المصنفة في العقبة لعام 2005،والتي كانت نسبة الإشغال فيها في الفنادق المصنفة (53،4%) و(64%) في الفنادق غير المصنفة (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005 :38).

لقد كان عدد ليالي المبيت الفعلية في فنادق العقبة المصنفة وغير المصنفة لعام 2005 (973048) ليلة، أما عدد ليالي المبيت الفعلية التي قضاها السياح في أماكن الإقامة الأخرى غير الفنادق فقد بلغ (246181) ليلة.

عدد السياح الذين أقاموا في الفنادق المصنفة وغير المصنفة =

عدد ليالي المبيت   973048

ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ = ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ = 496543 ديناراً

معدل الإقامة   1.96

الدخل السياحي من السياح في الفنادق المصنفة وغير المصنفة لعام 2005 =

496543 × 1.96 × 21.6 = 21021644 ديناراً

ولما كان ما يقارب 25.3% فرداً من السياح الذين يذهبون إلى العقبة يقيمون في أماكن غير الفنادق، فإن ليالي المبيت الفعلية لهم تساوي

973048 × 25.3% = 246181 ليلة، وبذلك يكون عددهم يساوي

24618114

ـ ـ ـ ـ ـ ـ ـ = 125602 سائحاً أو زائراً

1.96

ويجب الأخذ بعين الاعتبار أنهم لا يدفعون بدل نوم وطعام، أي ما يعادل 50 % من النفقات، فيكون دخل العقبة منهم= 24.618.113 × 1.96 × 10.7 = 26.341.380 ديناراً.

وبذلك يكون الدخل السياحي التقديري للعقبة 21021644 + 26587562 = 47.363.024 ديناراً، وهذا يعادل 5 % من الدخل السياحي الأردني لعام 2005 والبالغ (مليار دينار أردني) (البنك المركزي الأردني، التقرير السنوي، 2005).

5.4 أثر السياحة في الاستخدام وتكوين فرص العمل في محافظة العقبة:

تعد السياحة نشاطاً اقتصادياً متزايداً، وخاصة فيما يتعلق بالقوى العاملة، حيث تحتاج إلى أعداد كبيرة من العاملين، لذلك يعد عنصر العمل من أهم العناصر التي تسهم في العملية الإنتاجية لأي نشاط اقتصادي كان، لذلك عد هذا العنصر من الركائز الأساسية في الخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية (الحوري والدباغ، 2000) وعادة ما تركز الدول النامية على القطاعات التي تستوعب عنصر العمل

ومنها القطاع السياحي باعتباره قطاعاً ذا كثافة عالية، ففي عدد من الصناعات الأخرى يمكن حجب المنتج الرديء عن المستهلكين عن طريق السيطرة والرقابة على الإنتاج أما في صناعة السياحة فإن المنتج السياحي يقدم مباشرة للسياح، إذ إن طبيعة الخدمة السياحية تقتضي في كثير من الأحيان تعامل السائح مباشرة مع عامل الخدمة من دون وجود شخص ثالث، الأمر الذي يتطلب أن تكون العمالة في هذا القطاع على مستوى من الكفاءة والأداء (الروبي، 1996).

تقسم العمالة في القطاع السياحي إلى عمالة مباشرة، وهي التي تعمل في المؤسسات السياحية مثل: الفنادق، والمطاعم، ومراكز الترفيه، ووكالات السياحة والسفر وغيرها، وعمالة غير مباشرة، وهي التي تعمل في القطاعات الأخرى التي يعتمد عليها القطاع السياحي مثل: الزراعة والصناعة(Lundberg : 1995).

أما في محافظة العقبة فقد بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي لعام 2005 حوالي (2316) عاملاً في المدينة نفسها،(ملحق رقم 3- ص -98) وتسهم الفنادق في تشغيل 1554 عاملاً، ما نسبته (67.1%) من المجموع الكلي للأيديالعاملة في المنشآت السياحية في العقبة، تليها المطاعم السياحية والتي يعمل بها (414) عاملاً، يشكلون ما نسبته (17.8 %) من مجموع الأيدي العاملة، في حين يعمل بالمؤسسات الأخرى (15.1 %) فقط، وقد بلغ عدد العاملين في الفنادق المصنفة (1464) عاملاً، وهذا يعني تطور في مستوى الخدمات في هذه الفنادق، حيث يصل هذا المستوى إلى ثلاثة عمال لكل سرير (وزارة السياحة والآثار، قسم الإحصاء والمعلومات، 2005).

أما في منطقة وادي رم فقد بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي لعام 2005 حوالي (969) عاملاً، تسهم مكاتب تأجير السيارات السياحية في تشغيل 544 عاملاً، أي ما نسبته (56 %) من المجموع الكلي للأيدي العاملة في المنشآت السياحية في تلك المنطقة، تليها مراكز مرافقي الرواحل التي يعمل بها 270 عاملاً، وتشكل ما نسبته 27.8% من مجموع الأيدي العاملة، أما الأدلاء السياحيون فيعمل بهذه المهنة 57 دليلاً، ما نسبته(5،9 %)، في حين يعمل في المؤسسات الأخرى

(10،3 %) فقط. (وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية الشهرية، م1، ع3، كانون أول، 2005).

إن ارتفاع نسبة الأيدي العاملة المحلية في قطاع السياحة في العقبة، تزيد من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع، حيث كان عدد الأردنيين العاملين في الفنادق المصنفة وغير المصنفة في العقبة (1152) عاملاً شكلوا ما نسبته (76،4 %) أما الأيدي العاملة غير الأردنية في الفنادق المصنفة وغير المصنفة فقد بلغ عددها (355) عاملاً ، تشكل ما نسبته (23،6 %) (وزارة السياحة والآثار، قسم الإحصاء، 2005).

فقد أسهم التطور الكبير الذي شهده القطاع السياحي في العقبة في ظل سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، بزيادة عدد العاملين في النشاطات الاقتصادية في العقبة حيث بلغ عدد العاملين في النشاطات الخدمية (13350) عاملاً، يليه العاملون في القطاع التجاري (2945) عاملاً ثم القطاع الصناعي (2755) عاملاً. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، التقرير السنوي، 2004).

6.4 أثر السياحة في رفع المستوى العام للأسعار :

أدى النشاط السياحي الكبير في العقبة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها، مما نتج عنه ارتفاع متباين في أسعار السلع والخدمات الموجودة فيها، فالمنتجات والسلع المعروضة في أسواقها تميل أسعارها إلى الارتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها، فقد زادت قيمة السلع المستهلكة في العقبة لعام2005، (201،2)مليون دينار، في حين كانت في عام 2004 (80،2)مليون دينار.(سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005) هذا يبين لنا أن هناك تشابكاً بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى ،فإنفاق السياح يتوزع على القطاعات الاقتصادية المختلفة، وذلك من خلال الإنفاق على السلع والخدمات السياحية من خلال المضاعف السياحي، ويعد هذا الإنفاق دخلاً لقطاعات أخرى مما يؤثر مباشرة في الاستهلاك، فأي زيادة في الانفاق السياحي ستؤدي لزيادة الاستهلاك الخاص بسبب الدخل المتحقق من هذا الإنفاق (Sinclair ; 1998 : 40).

وقد أسهمت الحركة السياحية الكبيرة في العقبة أيضاً في ارتفاع أسعار الإقامة في الفنادق المصنفة بشكل كبير، حيث بلغ قيمة الإيجار للغرفة المفردة في فندق من فئة خمسة نجوم (سبعون) ديناراً، جدول رقم (24)، أي خمسة أضعاف عما كان عليه عام 1985 حيث بلغ قيمة الإيجار للغرفة المفردة في فندق من فئة خمسة نجوم ثلاثة عشر ديناراً. (هيئة تنشيط السياحة، نشرة الأسعار، 2005).

جدول رقم (24)

أسعار الفنادق في العقبة لعام 2005

درجة التصنيف	قيمة إيجار المفردة	المزدوجة	الثلاثية
خمس نجوم	70	140	175
أربعة نجوم	50	55	65
ثلاثة نجوم	25	35	50
نجمتان	15	20	25
واحد نجمة	11	15	18

المصدر : (سجلات الأسعار لفنادق: الموفنبك، خليج العقبة، أكوامارينا، الشعلة، الأميرة: 2005)

هذا وقد أسهم النشاط السياحي في العقبة أيضاً في ارتفاع قيمة الأراضي فيها، لتزايد الطلب عليها من أجل إقامة المنشآت الفندقية، والسياحية، ومراكز الخدمات المختلفة، وهذا يشكل بدوره سبباً لرواج صناعة البناء والتشييد وارتفاع تكاليفها مما يتبعه في النهاية ارتفاع مستويات أسعار المباني والقيمة الايجارية للوحدات السكنية الجديدة. وقد بلغت مساحة الأراضي المرخصة في العقبة لغايات السياحة عام 2005 حوالي(53255 م2) جدول رقم (25) في حين بلغت مساحة الأراضي المرخصة للأغراض الأخرى حوالي (434378 م2).

جدول رقم (25)

المساحات المرخصة في العقبة لعام 2005 بحسب النشاط الاقتصادي

النشاط الاقتصادي	المساحة المرخصة (م2)
فندقي	1533
تجاري سياحي	2989
سكني سياحي	493
سياحي	48240
سكني	257730
تجاري	64286
حرفي	8520
سكني تجاري	2024
مباني عامة وخدمات	6478
استعمالات أخرى	95340
المجموع	487633

المصدر (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة،التقرير السنوي:2005)

ولهذا يعد الإنفاق السياحي أحد العوامل المسببة للتضخم النقدي، والارتفاع في مستوى الأسعار المحلية، بسبب طبيعة الطلب السياحي الموسمي، وجمود العرض السياحي الذي لا يستطيع أن يجاري الطلب في أوقات الذروة. (Blake : 2000 : 202)

ويسهم سلوك السائح في الإنفاق الذي غالباً ما يختلف عن طبيعته المعتادة بمعنى أنه ينفق على شراء السلع والخدمات السياحية أكثر مـن الوضع المعتاد في أماكن عيشه لأن السائح يريد مـن خلال الرحلـة السياحيـة الحصول على المتعـة والاستجمام، ممـا يؤدي إلى ارتفاع تكاليف المنتج السياحي، لتنافس المنتجين السياحيـن على شراء مستلزمات الإنتاج في موسم الذروة السياحي (Hazari : 1995 :253).

ويسهم النشاط السياحي في رغبة المنتجين في زيادة هوامش أرباحهم، لأن موسم الذروة السياحي هو فرصتهم الوحيدة لتحقيق الأرباح التي خسروها في موسم الكساد فكل هذه العوامل تبين أن هناك علاقة بين النشاطات السياحية والمستوى العام للأسعار، فكلما زادت الأنشطة السياحية زاد المستوى العام للأسعار (الروبي، 1985).

الفصل الخامس

التخطيط السياحي في محافظة العقبة

أصبح التخطيط ضرورياً للسياحة الداخلية والخارجية في الأردن، فعلى الرغم من أهمية قطاع السياحة في الناحية الاقتصادية، إلا أنه لم يحضى حتى الآن باهتمام المخطط الأردني كسائر القطاعات الأخرى، وتأتي أهمية السياحة باعتبارها نشاط طبيعي للإنسان، يقوم الفرد من خلاله بقطع المسافات الطويلة رغبةً في الإطلاع والتعرف على بيئة طبيعية جديدة.

ويعرف التخطيط السياحي: بأنه رسم صورة تقديرية لمستقبل النشاط السياحي في منطقة أو عدة مناطق، خلال فترة زمنية قادمة، على أن يرافق ذلك حصرا للموارد السياحية الطبيعية والبشرية منها، أضافه إلى تحديد الأهداف وصياغة البرامج التنموية السياحية(الطائي، 2004) وقد أسهم إنشاء سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة عام 2001م، على الطرف الشمالي من البحر الأحمر بمساحة375كم2 وبواجهة بحرية طولها(27كم^2)، اسهاماً كبيراً لتكون العقبة مقصداً استثمارياً وسياحياً عالمياً، في موقع استراتيجي مهم لتكون حلقة من حلقات التنمية الاقتصادية المتكاملة والمتعددة الأنشطة، التي تشمل السياحة، والخدمات الترفيهية، والمهنية، والنقل(أبو سماقة، 2005).

1.5 المخطط التنظيمي لمدينة العقبة:

لقد تبنت السلطة عام 2001 مخططاً تنظيمياً شمولياً جديداً يساعد على تشجيع الاستثمار في العقبة، ويشكل هذا المخطط رؤية شمولية تحدد الاستراتيجيات التنموية بعيدة المدى، ويعمل المخطط التنظيمي الجديد على إزالة المعوقات التطويرية، وعلى تشجيع الاستثمار في نشاطات الصناعة ونشاطات الموانئ والسياحة، والمباني السكنية(وزارة البلديات، قسم المشاريع، 2005).

والمشاريع التجارية والتجمعات الساحلية والمرافق الترفيهية، وتم إنجاز المخططات التفصيلية لمدينة العقبة، ومنطقة الميناء، والمنطقة الساحلية الجنوبية.

ولمدينة العقبة موقع مهم في الرؤية المستقبلية للسلطة، فهي تعد قلب السياحة وعصب التطور التجاري فصممت مخططات لإعادة تنشيطها وتوسيعها وتحسين شارع الشاطئ (الكورنيش) وفنادق المدينة، والمناطق التجارية، والمواقع التاريخية، (أنظر خارطة (رقم 3 ـ 4 ـ ص 102ـ 103)، ومناطق البلدة القديمة وحي الشلالة، إضافةً إلى تطوير مناطق سكنية جديدة، وسيتم تحويل الكورنيش إلى مركز ترفيهي تجاري يزخر بالحياة والنشاط تحيط به المواقع التاريخية والثقافية مثل القلعة المملوكية، وموقع مدينة آيلة الأثري، وغابة النخيل في منطقة الحفاير (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة التقرير السنوي، 2005).

وتم العمل على تخصيص (1250دونماً)على الشاطئ الجنوبي لإقامة عدد من المشاريع السياحية مثل: الفنادق، والقرى السياحية في منطقة اليمانية، إضافه إلى استثمار (1050 دونماً) في قرية قابوس السياحية لإقامة فنادق، ومتنزهات بحرية (الطائي، 2004) لقد عملت السلطة على تحديث وتطوير القطاعات الاقتصادية في العقبة، فانعكس ذلك على قطاع الاستثمار، حيث نتج عن ذلك استقطاب مشاريع استثمارية ضخمة من جميع أنحاء العالم، فمنذ إنشاء السلطة تم جذب استثمارات للعقبة بما يزيد عن2 مليار دولار ويعود ذلك لعدد من الإجراءات والتسهيلات التي قدمتها السلطة للمستثمرين القادمين للعقبة، وقد بلغ عدد الشركات القادمة للعقبة من اجل القيام بمشاريع استثمارية (1652) شركة (جدول رقم27) لغاية عام 2005. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005).

جدول رقم (26)

أعداد الشركات التي سجلت للإستثمار في العقبة للأعوام من 2001 - 2005

السنة	2001	2002	2003	2004	2005	المجموع
أعداد الشركات	786	277	182	206	201	1652

ويلاحظ من الجدول رقم (26) أن هناك زيادة في أعداد الشركات القادمة للعقبة من أجل القيام بمشاريع استثمارية، ويعود ذلك إلى التسهيلات والمزايا التي تمنحها سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة إلى هذه الشركات للاستثمار في تلك المنطقة ومن أهمها:

1- عدم فرض السلطة قيوداً على نسبة مساهمة الاستثمار الأجنبي في كافة المجالات السياحية والصناعية والتجارية .
2- انخفاض قيمة الضريبة التي تفرضها السلطة على الدخل الصافي لأي مشروع إلى (5%) باستثناء قطاع التأمين، والبنوك، وخدمات النقل البري.
3- عملت السلطة على إعفاء كافة المستوردات القادمة إلى المنطقة من الرسوم الجمركية (باستثناء المركبات التي يمكن إعفاؤها من الرسوم حسب نظام خاص).
4- إعفاء المؤسسات والشركات المسجلة من ضريبة الأبنية والأراضي على العقارات المملوكة في المنطقة .
5- عدم فرض السلطة قيوداً على نقل الأرباح ورأس المال إلى خارج المنطقة .
6- لم تفرض السلطة قيوداً على التعامل بالعملات الأجنبية.
7- تمتاز العقبة بأنها بيئة متعددة الاستخدامات السياحة والتجارة. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005)

تشتمل العقبة خلال عقد الستينيات على أكثر من عشرة فنادق، ثلاثة منها مصنفة وسبعة غير مصنفة، ويعد فندق العقبة من أقدم الفنادق المصنفة في المدينة، حيث قامت الحكومة بإنشائه عام 1963، يليه في الأقدمية فندق الكورال بيش، وقد ساهم هذان الفندقان في جذب الحركة السياحية منذ ذلك الوقت، وفي منتصف

الثمانينات وصل عدد الفنادق إلى ستة وعشرين فندقا.(وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية، 1985).

يعد التوسع في عدد الأسرة من أفضل المقاييس لمعرفة الطاقة الاستيعابية للفنادق في العقبة، ففي عام 1977 بلغ عدد الاسرة 200 سرير، ارتفعت عام 1979 إلى 320 سريراً، وقد شهدت هذه الفترة نمواً كبيراً للطاقة الاستيعابية بلغ في المعدل 48%، وكان النمو كبيراً جداً في البداية بسبب الاتفاقية المبرمة بين مؤسسة عالية وشركة (Jar boarg) الاسكندنافية لنقل السياح القادمين من الدول الاسكندنافية مباشرة إلى العقبة بمعدل 500 سائح أسبوعيا، وقد توقفت هذه الرحلات بسبب الحرب العراقية الإيرانية. (وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية، 1980).

وفي الفترة من عام 1981- 1984 تباطأت فيها نسبة نمو الطاقة الاستيعابية من 5,8% وتراجعت نسبة النمو إلى 3% عام 1984 عن العام السابق بسبب تأثر السياحة فيها بالكساد الاقتصادي العالمي. (دائرة الإحصاءات العامة، النشرات الإحصائية السنوية، 1981- 1984).

ونتيجة للنشاط السياحي الذي شهدته العقبة وارتفاع أعداد السياح القادمين من الدول الاسكندنافية ومن الدول الأوروبية وأمريكا، وما يتطلبه ذلك من التوسع في بناء الفنادق من أجل استيعاب هذه الأعداد من السياح أرتفع عدد الفنادق المصنفة في العقبة عام 1990 إلى ثمانية عشر فندقاً مصنفاً، اشتملت على 1800 سرير، ارتفعت عام 1995 إلى 3100 سرير (وزارة السياحة، قسم الإحصاء، 1996).

2.5 مستقبل السياحة في محافظة العقبة :

تعد السياحة من القطاعات الأكثر أهمية في خطط سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، ورؤيتها المستقبلية فنظراً لأهمية السياحة الاقتصادية ذات الأثر الواضح في رفد الاقتصاد الوطني من خلال مردودات الاستثمار السياحي، قامت السلطة بجذب الاستثمارات من هيئات مالية عالمية مثل: الاتحاد الأوروبي الذي سيعمل على تمويل برنامج الدعم المؤسسي(ASEZA) حيث تبلغ مساهمته في هذا البرنامج

(10 مليون يورو)، وتسهم السلطة بحوالي (4 مليون يورو)، ويهدف هذا البرنامج إلى جعل العقبة مركزا سياحيا مستداما، (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، التقرير السنوي، 2005).

كما قامت الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) بدعم مشروع عزم (AZEM) الذي سيساهم في جلب شركات سياحية أجنبية لرؤية المنتج السياحي في العقبة، والمساهمة في تدريب أعضاء جمعية الادلاء السياحيين، وعقد دورات سياحية للمجتمع المحلي، إضافة للعمل على ترويج العقبة سياحيا بالتعاون مع القطاع الخاص، (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2005).

وتشير الخطة المستقبلية للسياحة في العقبة إلى ارتفاع أعداد الغرف الفندقية وعدد ليالي المبيت ونسبة الإشغال في الفنادق خلال السنوات الخمس القادمة، جدول رقم(27) .

جدول رقم (27)

أعداد الغرف الفندقية وعدد ليالي المبيت ومعدل أشغال الغرف في فنادق العقبة المتوقعة خلال الأعوام (2006ـ 2010)

السنة	أعداد الغرف	عدد ليالي المبيت	معدل أشغال الغرف
2006	2720	1,076,604	%60
2007	4641	1,279,854	%50
2008	5020	1,407,840	%55
2009	5346	1,730,932	%60
2010	6786	1,891,998	%65

المصدر : Tourism Marketing Strategy For Aqaba : 2005 -- 2010 : page : 14

يتضح لنا من الجدول رقم (27) أن الحركة السياحية في محافظة العقبة سوف تشهد نشاطاً كبيراً في السنوات (2005-2010)، مما يتطلب توفير البنية

التحتية لإقامة الخدمات السياحية عليها، وذلك من خلال التوسع في زيادة أعداد الفنادق نظراً لدورها المهم في تنمية السياحة، حيث تشير الإحصاءات العالمية إلى أن 40% من دخل السائح ينفق داخل الفندق (إلياس والرفاعي، 2002).

ولمواكبة هذا النشاط نظراً للدور الذي تلعبه المطاعم والاستراحات السياحية والمحلات التجارية، عملت السلطة على إقامة مجموعة من المشاريع المستقبلية من: فنادق، ومطاعم، ومحلات تجارية، لخدمة القطاع السياحي في محافظة العقبة، ومن هذه المشاريع:

1- مشروع واحة آيلة : تقع هذه الواحة على الشاطئ الشمالي لخليج العقبة (انظر الصورة رقم- 8- ص109) على أرض تبلغ مساحتها 4 كم^2، وسيؤدي هذا المشروع إلى خلق منتجع متكامل يطل على سواحل جديدة للمدينة عبر تطوير سلسلة من البحيرات الاصطناعية المتصلة بخليج العقبة وبمساحة إجمالية قدرها 750 ألف م2، كما تشكل واحة آيلة مقصداً سياحياً رئيسياً من خلال إنشاء وتطوير فنادق ذات سعة إجمالية 1540 غرفة، وبدأ العمل في هذا المشروع عام 2005 وسينتهي عام 2016. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2005).

2- منتجع تالابي السياحي: يشتمل منتجع تالابي على عدد من مناطق الجذب السياحي، تبلغ مساحته 2671 مليون م2 (انظرالصورة رقم 9 ص 110) وأماكن مختلفة للإقامة، وعدد من الفنادق، والأماكن الترفيهية، وملعب لممارسة رياضة الغولف، ونادي على الشاطئ، وحديقة مائية، كما يحتوي المنتجع على البنية التحتية الخاصة به بما في ذلك: الطرق، والمياه، والمواصلات، والمرافق الأخرى، علماً بأن التنفيذ لهذا المشروع سيستمر حتى 2010. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، نشرة قسم السياحة، 2005).

3- مشروع سرايا العقبة: يقع هذا المشروع في الطرف الغربي من مدينة العقبة وتبلغ مساحته (610,000 م2) ويضم أماكن مخصصة للتسوق، والترفيه، ومنشآت سكنية، (انظر الصورة رقم ـ 10 ص 111) .

ويتميز هذا المشروع بأنه يجمع بين أصالة المدينة العربية القديمة مع وفخامة وروعة المعاصرة ليشكل منتجعا من الطراز العالمي الأول، يتألف المشروع من خمسة فنادق من فئة خمسة نجوم، وقد بدأ فيه عام 2005 وسيستمر لغاية 2010. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة ، التقرير السنوي، 2005)

4- مشروع منتجع شاطئ البحر الأحمر: يقع على الشاطئ الجنوبي لمدينة العقبة وتبلغ مساحته 147000م^2، يتكون هذا المشروع من منشآت سكنية على شاطئ البحر (انظر الصورة رقم ـ 11 ـ ص 112) ذات طابع معماري متميز ونادٍ لخدمة سكان المنتجع (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة , نشرة قسم السياحة، 2005).

5- مشروع فندق الانتركونتيننتال : يقع هذا المشروع على الشاطئ الشمالي للعقبة ويضم ما يزيد عن 260 غرفة فندقية وثمانية أجنحة فخمة على مساحة 41,000 م^2 (انظر الصورة رقم- 12- ص113)، وقاعة تعد من أكبر قاعات الاحتفالات في الأردن، وبركة سباحة على طول الواجهة البحرية، وسيؤمن هذا المشروع أكثر من 400 فرصة عمل (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2005).

6- فندق كمبنسكي: يقع على الشاطئ الشمالي للعقبة وهو فندق من فئة الخمسة نجوم (أنظر الصورة رقم ـ 13 ـ ص114) وينتمي إلى سلسلة فنادق عالمية، ويتضمن 214 غرفة فندقية على مساحة 11760 م^2 وسينتهي العمل به آخر عام 2007 وسيؤمن أكثر من 300 فرصة عمل (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، نشرة قسم السياحة : 2005)

وكما ذكرنا سابقاً فأن هناك تشابكاً بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى فإنفاق السياح يتوزع على القطاعات الاقتصادية المختلفة كالسلع والخدمات السياحية، ونتيجة لزيادة الطلب السياحي في العقبة قامت السلطة بإقامة البنية التحتية لعدد من المشاريع التجارية الضخمة لخدمة القطاع السياحي في العقبة ومن هذه المشاريع :

1ـ مجمع آيلة التجاري: يقع هذا المجمع وسط مدينة العقبة على مساحة (10000م^2) ويعد من المشاريع الضخمة حيث يضم 44 محلاً تجارياً (انظر الصورة رقم- 14- ص 115)، وأربعة مطاعم عالمية ومقاهي، وقد انتهى من العمل به في نهاية عام 2006 (هيئة تنشيط السياحة، التقرير السنوي، 2004).

2ـ بوابة العقبة: يقع هذا المشروع وسط المدينة على مساحة (10000 م^2)، وهو مركز سياحي ترفيهي وتجاري (انظر الصورة رقم- 15-ص116) ويمتاز بتصميمه المعماري الفريد، وباحتوائه على عدد من المحلات التجارية لبيع التحف الشرقية، والمطاعم، والمقاهي، (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة , التقرير السنوي، 2004).

3ـ مجمع دريم مول التجاري: يقع هذا المجمع وسط العقبة على مساحة (80000م^2) ويعد مركزاً تجارياً (انظر الصورة رقم- 16-ص 117) وترفيهياً يضم عدداً من المحلات التجارية والمكاتب والمطاعم، وتم افتتاحه في نهاية عام 2006 (هيئة تنشيط السياحة، التقرير السنوي، 2005).

4ـ مجمع الشويخ مول التجاري: يقع هذا المجمع وسط العقبة على مساحة (34,000م^2) ويضم المجمع عدداً من المحلات التجارية والمطاعم، (انظر الصورة رقم ـ 17 ـ ص118) والمقاهي والمكاتب لعددٍ من الشركات العالمية المعروفة، وقد انتهى العمل من هذا المشروع نهاية عام 2005. (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة، مجلة الرؤية، 2004)

3.5 النتائج:

خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1ـ يلعب القطاع السياحي دورا مهما في الاقتصاد الأردني، حيث بلغت مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي (11،2%) لعام 2005.

2ـ يسهم القطاع السياحي بتوفير فرص عمل بطريقة مباشرة وغير مباشرة، حيث بلغ مجموع العمالة المباشرة وغير المباشرة في الأردن (35) ألف عامل في عام 2005.

3- لعبت العوامل الطبيعية المتمثلة في (الموقع، والمناخ، والحرارة ، والأمطار، والرياح، والشواطئ)، في العقبة دورا كبيرا في تحديد أنماط السياحة وحركة قدوم السياح ومدة إقامتهم.

4- تبين أن هناك تباينا في نسبة إقبال السياح على المواقع الأثرية والطبيعية، وقد لوحظ ذلك من خلال استقطاب المواقع داخل مدينة العقبة مثل : قلعة العقبة، أكثر من المواقع المحيطة بالعقبة، مثل وادي رم وهذا يعود إلى ضعف الترويج السياحي الكافي لهذا الموقع، فقد اختار معظم أفراد العينة محافظة العقبة وذلك للأهمية التاريخية بالنسبة للسياح الأجانب، في حين تجتذب العقبة الأردنيين والعرب للاستجمام الشتوي.

5- يسهم ميناء العقبة بشكل كبير في دعم الاقتصاد الأردني، حيث تم من خلاله تصدير أكثر من (78%) من مجموع الصادرات الأردنية، و(65%) من مجموع المستوردات الأردنية، ونبين أن مساهمة الميناء في خدمة القطاع السياحي في العقبة محدودة.

6- شهد قطاع الفنادق في العقبة تطورا كبيرا، حيث بلغت نسبة فنادق العقبة (10%) من المجموع الكلي لفنادق الأردن لعام 2005م كما شهدت عوامل الجذب السياحي الأخرى تطورا كبيرا خلال فترة الدراسة، حيث ازدادت أعداد المطاعم السياحية، ومكاتب ووكالات السياحة والسفر وتأجير السيارات السياحية والأدلاء السياحيين.

7- تفاوتت نسبة السياح والمستجمين في منطقة الدراسة وذلك تبعا لجنسياتهم، حيث احتل الأردنيون النسبة الكبرى بنسبة (53،4%) يليهم السياح الأوروبيون حيث بلغت نسبتهم (28.7%) ثم السياح العرب (13.3%) في حين وصلت نسبة السياح الآسيويين إلى (2،4%) يليهم السياح الأمريكيون بنسبة (1،4%).

8- تتباين دوافع الزيارة عند السياح لمنطقة الدراسة، فقد اختار معظم أفراد العينة محافظة العقبة وذلك لزيارة الأماكن التاريخية بالنسبة للسياح الأجانب، في حين يجتذب الطقس في العقبة طلبا للاستجمام الشتوي السياح الأردنيين.

9ـ زيادة أعداد السياح القادمين لمنطقة الدراسة في السنوات (2000ـ2005)منذ إعلانها منطقة اقتصادية خاصة.

10ـ تبين أن خطوط المواصلات ونوع وسيلة النقل وطبيعة تنظيم الرحلات السياحية ذات دور هام في تنمية المنطقة سياحيا، وقد وجد أن اكثر وسائل النقل استخداماً في الوصول لمنطقة الدراسة هي السيارات الخاصة بنسبة 45% يليها الحافلات بنسبة 25%.

11ـ وجد أن النشرات السياحية هي المصدر الأول في تعريف السائح بالمنطقة، وان التعليم في المدارس ليس له دور، وان وجد فهو ضعيف، حيث كانت نسبة ممن عرفوا عن منطقة الدراسة من خلال النشرات السياحية (52%) بالنسبة للأجانب، أما السياح العرب فقد بلغت النسبة (15%)، أما الأردنيون الذين تعرفوا على منطقة الدراسة من الصحف والمجلات فقد بلغت نسبتهم (10%) فقط.

12ـ تبين أن الفئة العمرية الأكثر قدوماً لمنطقة الدراسة هي الفئة التي تتراوح بين (26 ـ 35) وهي فئة الشباب الواعي الذي يتفاعل مع المعطيات السياحية من السياح الأردنيين، ولوحظ ارتفاع نسبة السياح العرب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (36 ـ 45) وقد شكلوا ما نسبته (40 %) كما لوحظ ارتفاع نسبة السياح من كبار السن خاصةً عند السياح الأجانب .

13 ـ تتباين الخصائص التعليمية للسياح القادمين لمنطقة الدراسة، فقد كانت نسبة التعليم العالي مرتفعة عند مختلف فئات السياح خاصةً الأوروبيين، في حين احتلت فئة حملة الشهادة الجامعية الأولى عند الأردنيين المرتبة الأولى بنسبة (%35,3).

14ـ أتضح أن (%25,3) من السياح القادمين لمنطقة الدراسة لا يقيمون في الفنادق، حيث يقيم الكثير منهم ومن مختلف الجنسيات في شقق مستأجرة، وهناك نسبة كبيرة من السياح ولا سيما المحليين يأتون للتخييم على الشواطئ.

15 ـ أظهرت الدراسة أن (45,8%) من السياح القادمين لمنطقة الدراسة يقضون وقت الزيارة فيها ضمن مجموعات سياحية، أما الذين يقضونها مع العائلة وبشكل منفرد فقد شكلوا ما نسبته (27,3%) و(26,9%) على التوالي.

16 ـ بينت الدراسة أن الطلب السياحي في منطقة الدراسة متذبذب، فذروة الطلب عليه في السنة خلال اشهر (آذار، نيسان، آب، أيلول).

17 ـ تتباين آراء السياح وانطباعاتهم ومستوى رضاهم عن الخدمات السياحية في منطقة الدراسة .

18 ـ أظهرت الدراسة أن الدخل السياحي التقديري في منطقة الدراسة قد وصل إلى (47.363.024) مليون دينار لعام 2005.

19 ـ يسهم القطاع السياحي في منطقة الدراسة بتوفير فرص عمل بطريقة مباشرة وغير مباشرة، حيث بلغ مجموع العمالة المباشرة وغير المباشرة في منطقة الدراسة (3285) عاملاً، وتساهم الفنادق بتشغيل (1554) عاملاً أي ما نسبته (47,7%) من المجموع الكلي للأيدي العاملة.

20 ـ وضحت الدراسة أن عدداً من السياح غير راضين في الغالب عن أسعار الإقامة في الفنادق في منطقة الدراسة.

21 ـ أدى النشاط السياحي الكبير في منطقة الدراسة إلى ارتفاع أسعار الأراضي فيها وذلك لتزايد الطلب عليها من أجل إقامة المنشآت السياحية.

22 ـ تكثر الفنادق والمطاعم في منطقة الدراسة في الساحل الشمالي مما يتطلب يتطلب توزيعاً جغرافياً أفضل لها.

23 ـ تطورت منطقة الدراسة وفق مخطط تنظيمي جديد في ظل سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة يعمل على إزالة المعوقات التطويرية وعلى تشجيع الاستثمار في النشاطات الصناعية والسياحية.

24 ـ أظهرت الدراسة أن المنطقة ستشهد حركة سياحية كبيرة في السنوات (2006- 2010) مما يتطلب توفير الخدمات السياحية اللازمة لمواكبة هذا التطور.

25 ـ بينت الدراسة أن متوسط إشغال الغرف الفندقية في منطقة الدراسة في السنوات (2006- 2010) سيصل إلى (60 %).

4.5 التوصيات:

بناء على النتائج المستخلصة توصي الدراسة بما يلي:

1ـ اعتبار السياحة قطاعاً صناعياً وتقديم الدعم والتمويل اللازمين لتفعيل دور هذا القطاع في النمو الاقتصادي من خلال دعوة كافة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية (القطاع الخاص) إلى مضاعفة الجهود والاهتمام بوسائل استثمار المواقع السياحية في محافظة العقبة , والعمل وفق برامج ترويجية تستهدف السياح وفقاً للنوع وليس الكم لأن النظرة الاقتصادية للسياحة ترتكز على الإيرادات الناتجة منها ومدى مساهمتها في التنمية الاقتصادية , لذا لا بد من استغلال كافة الموارد السياحية المتاحة لمضاعفة الدخول المتأتية من الأنشطة السياحية .

2ـ تشجيع وزيادة التسويق السياحي للمواقع السياحية والأثرية في المحافظة وذلك من خلال الدعاية والإعلان وإقامة المهرجانات الثقافية، كما يجب أن لا يعتمد الا على القطاع العام، بل يجب أن يشارك القطاع الخاص من خلال إعداد النشرات والملصقات السياحية، وإصدار المجلات وإعداد البحوث والدراسات التسويقية والإحصائية لاقتراح المشاريع السياحية الملائمة، كذلك المساهمة في الفعاليات والنشاطات المتعلقة بالسياحة في المحافظة.

3ـ تحسين طرق المواصلات المؤدية للمحافظة حيث أن طريق الأغوار ـ وادي عربة ـ العقبة بحاجة إلى توسعة، ويفتقر هذا الطريق على امتداده إلى الخدمات والمرافق المختلفة من مطاعم واستراحات.

4ـ زيادة الوعي بأهمية السياحة ودورها في تنمية المجتمعات اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، ونشر التثقيف السياحي من خلال المناهج الدراسية، خاصة أن الدراسة أظهرت ضعف دور هذه المناهج.

5ـ تطوير نوعية الخدمات السياحية في محافظة العقبة وزيادتها وتنويع المنتج السياحي، بما يتناسب وميول ورغبات السياح وأعمارهم ومستويات دخولهم بهدف إطالة مدة إقامتهم وبالتالي إنعكاس ذلك إيجابياً على السياحة في المحافظة .

6 ـ تشجيع السياحة الداخلية لدى فئات الدخل المتدني , خاصة في موسم انخفاض الطلب السياحي، وذلك بطرح برامج سياحية مخصصة لجلب الفئات وبهدف الحفاظ على سياحة متوازنة ومتواصلة للمحافظة .

7 ـ الاهتمام بإجراء دراسات دورية لمعرفة آراء السياح وانطباعاتهم ومشاكلهم في المحافظة، لأنها تعد الأساس في معرفة الواقع السياحي من اجل وضع اعداد السياسات التسويقية والمخططات اللازمة للخدمات السياحية في ضوء رغبات ومقترحات السياح، لان إرضاء السائح وتحقيق رغباته سيعملان على تحسين الحركة السياحية، ومضاعفة أعداد السياح القادمين للمحافظة.

8 ـ تطوير سوق العمل في القطاع السياحي في المحافظة بإعداد الكوادر المؤهلة القادرة على النهوض بهذا القطاع بالتعليم والتدريب الفني لإحداث نقلة نوعية في توجيه القوى العاملة نحو القطاع السياحي والقطاعات المرتبطة به.

9 ـ تخفيض أسعار الإقامة في الفنادق خلال فترات معينة من السنة مما يسهم في زيادة حوافز زيارة العقبة ويطيل مدة إقامة السائح، وزيادة نسبة الأشغال في الفنادق.

10 ـ اعتبار قطاع السياحة مكملاً لبقية القطاعات الأخرى وليس منفصلاً عنها , أي إن تطوير السياحة يجب ألا يكون على حساب الزراعة أو الصناعة، بل هو قطاع داعم لجوانب الاقتصاد الأخرى (أي الربط بين قطاع السياحة من جهة وبقية القطاعات من جهة أخرى ضمن تخطيط تنموي مستدام) .

11 ـ وضع البدائل لتفادي موسمية الحركة السياحية، سواء أكان ذلك بتطوير الخدمات السياحية في المحافظة أم منح تسهيلات خاصة على أثمان الخدمات السياحية في مواسم تدني الرواج السياحي، وكذلك عقد المؤتمرات وتنظيم الرحلات التشجيعية والنشاطات الثقافية والرياضية، لإقناع السياح والمستجمين بالقدوم في ذلك الموسم .

12 ـ إجراء دراسات وأبحاث للتعرف إلى خصائص وقت الفراغ لدى المواطنين , تشمل خصائصهم الاقتصادية والاجتماعية، من حيث العمر ,المستوى التعليمي , مكان الإقامة، والنشاطات التي يمارسونها أثناء العطل والإجازات، يكون هدفنا التخطيط لإقامة منشآت ومرافق للتنزه والتسلية وتقدير عدد الزوار للمواقع السياحية،

وغيرها من الدراسات التي يفتقر إليها المخطط المسؤول والباحث، من أجل تصنيف حاجات الزائر الإستجمامية وجمع المعلومات عن انطباعاته من خلال زيارة الموقع السياحي، وأهمية تكرار زياراته لتلك الأماكن خلال فصول السنة.

13 ـ الإعلام الداخلي لتنشيط السياحة، فالسياحة الداخلية حتى الآن لم تلق الاهتمام الكافي من وسائل الإعلام المختلفة، فالوعي السياحي الداخلي لا يزال ضعيفاً , فلا بد من إلقاء المحاضرات وعقد الندوات، وعرض الأفلام الدعائية للتوعية السياحية بين طلاب الجامعات والكليات والمدارس والأندية، لأن التوعية السياحية أصبحت ضرورة لازمة لتنشيط السياحة الداخلية وتشجيع الشباب والموظفين على قضاء إجازاتهم في الموسم الذي ينخفض فيه عدد السياح القادمين للأردن من الخارج، وذلك من أجل استمرار نشاط القطاعات السياحية في الأماكن المختلفة عن طريق وضع أسعار مخفضة لخدمات النقل والإيواء ووضع سعر تشجيعي للعائلات .

14 ـ تنفيذ المشروعات السياحية المقترحة من جانب سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة السياحية منها وغير السياحية نظراً لطبيعتها التنموية .

15 ـ وضع برامج تنفيذية لتشجيع الرحلات السياحية البحرية من خلال الإتفاق السياحي المبرم بين الأردن ومصر واليونان .

16 ـ تطوير الخدمات السياحية في المحافظة من خلال التنويع في المرافق والخدمات الفندقية والمرافق السياحية الترفيهية لتلبية الحاجات المتزايدة للسياح في السنوات القادمة .

المراجع

أ- المراجع العربية:

القرآن الكريم

أبو رباح، عبد الرحمن، 1975، **السياحة العربية أبعاد ومرتكزات**،د.ط، منشورات الاتحاد العربي للسياحة.

أبو عليان، عزمي، 1999**، التقسيمات الإدارية في الأردن،1921-1952**، دائرة المطبوعات والنشر، الأردن.

الياس، سراب، وآخرون، 2002**، تسويق الخدمات السياحية**، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،عمان.

البحيري، صلاح الدين، 1991، **جغرافية الأردن**، ط2، مكتبة الجامع الحسيني، عمان.

برهم، نسيم، 1991**، جغرافية السياحة ووقت الفراغ**،د.ط،مطبعة الجامعة الأردنية، عمان.

بيركهاردت,يوهان,1969, **رحلات بيركهاردت في سورية الجنوبية**, ترجمة أنور عرفات, المطبعة الأردنية, عمان.

البنك المركزي الأردني, **التقرير السنوي**, 2003.

البنك المركزي الأردني, **التقرير السنوي**,2005.

توفيق, ماهر عبد العزيز, 1997,**صناعة السياحة**, د.ط, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان.

التل, صفوان, 1988, **الآثار العربية الإسلامية في الأردن**, د.ط, الجامعة الأردنية, عمان.

الجمعة الملكية لحماية البيئة البحرية, **نشرة البيئة**,2005.

حمودة, إبراهيم, 2000,**الإحصاء السياحي والفندقي**,ط2, منشورات قسم الإحصاء والتأمين, الإسكندرية.

الحوري, مثنى, والدباغ, إسماعيل, 2000, **اقتصاديات السياحة والسفر**, ط1, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان .

الحوري, مثنى, 2002, **الإرشاد السياحي**, ط1, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان

خر ينو, سامر, 2003, **تأثر المجتمع في العقبة بإنشاء الميناء وتطوره**, دراسات في تاريخ الأردن الاجتماعي, دار السندباد للنشر, عمان.

دائرة الإحصاءات العامة,النشرات الإحصائية للسنوات,1981 ـ 1984, عمان.

دائرة الإحصاءات العامة**, قسم الإحصاء والمعلومات**, 2005,عمان.

دائرة الإحصاءات العامة, **التقرير السنوي**,2005,عمان.

دائرة الأراضي والمساحة,**سجلات مساحات الأراضي**,2005,العقبة.

الدباغ,مصطفى مراد,1966,**بلادنا فلسطين**, ط1,مطابع الدستور التجارية,عمان.

الذنيبات,عبدالرحمن,1998,**العقبة ماضيها وحاضرها**,ط1,مطابع الدستور التجارية, عمان.

الروبي,نبيل,1985,**الاقتصاديات السياحية**,د.ط, مؤسسة الثقافة الجامعية,الإسكندرية.

الروبي, نبيل, 1996**, نظرية السياحة**, د.ط, مؤسسة الثقافة الجامعية,الإسكندرية.

الروسان, ممدوح, 1986, **حروب الثورة العربة الكبرى في الحجاز وبلاد الشام,1916 ـ 1918,** د.ط, مكتبة الكتاني,أربد.

الريماوي, حسين, 1988, **مدخل إلى السياحة والاستجمام والتنزه,** د.ط, دار النظم للنشر,عمان

الزوكة, محمد خميس,1992**, صناعة السياحة والسفر من المنظور الجغرافي**,د.ط, دار المعرفة الجامعية, الإسكندرية.

سجلات الأرصاد الجوية, 2005, العقبة.

سجلات أسعار فنادق, الموفنبك, خليج العقبة, أكو مارينا, الشعلة, الأميرة,2005, العقبة.

سجلات فندق أزهار الأردن,2005, العقبة.

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, **التقرير السنوي**, 2004,العقبة.

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, **التقرير السنوي**,2005, العقبة.

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, **مجلة الرؤية**, 2004,ع1, العقبة

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, **مجلة الرؤية**, 2005, ع3, العقبة.

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, **مجلة الرؤية**, 2006,ع6,العقبة

سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة,**نشرة قسم السياحة**,2005,العقبة.

سليم، عبد الرحمن، 1996، **شركات السياحة والسفر**، ط1، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية.

سماوي، حابس، 1994، **السياحة والاستجمام في الأردن**، د.ط، منشورات لجنة تاريخ الأردن، عمان.

السوارية، نوفان، 1989، بلدانيات العقبة، **المجلة الثقافية**، الجامعة الأردنية، ع18، ص 198-205، عمان.

السيسي، ماهر عبد الخالق، 2001، **مبادئ السياحة**، ط1، مجموعة النيل العربية.

الشرع، رائد، 1994، **مدينة آيلة وتخطيطها في الفترة الإسلامية المبكرة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد.

شحادة، نعمان، 1985، أنماط المناخ الفسيولوجية في الأردن،دراسة تطبيقية للعلاقة بين المناخ وأحاسيس الناس، **مجلة دراسات العلوم والجغرافيا**، الجامعة الأردنية، م12، ص57.

شحادة، نعمان، 1990، **مناخ الأردن**،ط1، دار البشر للنشر والتوزيع،عمان.

الظاهر، نعيم، والياس،سراب، 2001، **مبادئ السياحة**، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،عمان.

صبحي، يوسف,2001**, تاريخ وآثار الأردن**, ط1, دار المستقبل للنشر والتوزيع, عمان.

الصلال, عايدة,2003, **الآثار والمواقع السياحية في الأردن**,ط1, مكتبة الإمام علي للنشر والتوزيع, الزرقاء.

الطائي، حميد عبد النبي، والعلاف،عباس، 2000، **سلوكيات السائح والطلب السياحي** ، ط1، دار زهران،عمان.

الطائي، منى احمد، 2004، **المعالم الأثرية في المملكة الأردنية الهاشمية**، ط1، مطابع وزارة السياحة والآثار،عمان.

العابدي، محمود, 1972, **نحن والآثار**, د.ط, عمان.

العابدي، محمود,1973, **الآثار الإسلامية في فلسطين والأردن**, د.ط, عمان.

العدوان، مروان، 1996، **الخدمات السياحية**، د.ط، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،عمان.

العدوان، مروان، 1999، **مختارات من الاقتصاد السياحي**،ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،عمان.

العرود، إبراهيم، 1997، **مبادئ المناخ الطبيعي**، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع،عمان.

غوانمة، يوسف درويش، 1984، **آيلة (العقبة) والبحر الأحمر وأهميتها التاريخية والاستراتيجية** ، د.ط، دار هشام للنشر والتوزيع،عمان.

الكردي، حنان، 1974، **القلاع الأثرية في الأردن**، د.ط ، عمان.

محافظة العقبة، **نشرة التعداد السكاني**، 2005،العقبة.

مديرية شباب العقبة، نشرة، 2005.

مكتب آثار العقبة، نشرة، 2005.

المجلس الأعلى للشباب, النشرة السنوية,2005.

المعايطة، سالم، 1991، **دراسة تحليلية للقطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الأردني خلال الفترة 1970ـ1989**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان.

مقابلة، خالد، 1999، **فن الدلالة السياحية**، ط1، دار وائل للطباعة والنشر،عمان.

مقابلة، خالد، والذيب، فيصل، 2000**، صناعة السياحة في الأردن**، د.ط دار وائل للطباعة والنشر،عمان.

مقابلة، خالد، والسرابي، علاء، 2001، **التسويق السياحي الحديث**، ط1، دار وائل للطباعة والنشر،عمان.

مؤسسة موانئ العقبة، **قسم الإحصاء**، 2005،العقبة.

مؤسسة موانئ العقبة، **الكتاب السنوي**، 2003، العقبة.

مؤسسة موانئ العقبة، **الكتاب السنوي**، 2005، العقبة.

المؤمني، سعد محمد، 1987، **القلاع الإسلامية في الأردن الفترة الأيوبية المملوكية**، دار البشر للنشر والتوزيع،عمان.

مهاب، احمد، 2005، **العقبة**، ط1، المكتبة العامة المركزية، عمان.

هاردنج، لانكستر، 1965، **آثار الأردن**، ترجمه سليمان الموسى، ط1، منشورات اللجنة الأردنية للتعريب والترجمة والنشر،عمان.

وزارة السياحة والآثار، **النشرات الإحصائية للسنوات**،1980ـ1985،عمان.

وزارة السياحة والآثار**، قسم الإحصاء**،1996، عمان.

وزارة السياحة والآثار، **قسم الإحصاء**، 2005، عمان.

وزارة السياحة والآثار**، النشرات الإحصائية للسنوات**، 2000ـ2005،عمان.

وهيم، طالب محمد، 1985**، مملكة الحجاز، 1916ـ1925، دراسة في الأوضاع السياسية**، مركز دراسات الخليج العربي، جامعة البصرة.

هيئة تنشيط السياحة، **التقرير السنوي**, 2005.

ب ـ المراجع الأجنبية :

Aqaba Special economic zone authority Tourism News, (2006) ,January Vol .4, p.8.

Balaguer, And Jordan . M (2002) Tourism As A Long - Run Economic Growth Factor : The Spanish Case ,**Applied Economics**

Blake ,A .(2000 **) The Economic Effects Of Tourism in Spain** . Christel - Dehaan Tourism And Travel Research institute, Nottingham University , Discussion Paper Series .

Chow , p. c. v , (1987) Causality Between Export And Industrial Development Empirical Evidence From The N . I . Cs , **Journal Of Development Economics .** Vol. 6, pp. 55-68.

Ennew , Christine (2003) Understanding , **The Economic Impact Of Tourism** , Som Nath Chib Memorial , Feb 14 th .

Hazari , B,R . And Sgro , P .M (1995) Tourism And Growth in A Dynamic Model Of Trade . **The Journal Of international Trade And Economic Development .**

Lundberg , D , Donald , Krishnamoorth , M , And Stvenga , M (1995 **) Tourism Economics** , John Wiley And Sonsinc

Munoz , T And Amaral , T (2000) An Econometric Model For International Tourism Flows To Spain , **Applied Economics Letters.**

Musil, Alois,1908,**Arabia petraea, 3 Bands**, in kommission bei Aifred Holder,Wien,III.

Sinclair , M Thia (1998) Tourism And **Jaurnal Of Development Studies**. Vol. 34, p.40.

Aqaba Special economic zone authority, Tourism Marketing Strategy For Aqaba , (2005 - 2010). Vol.6, p14.

World Tourism Organization (WTO) (2003) **.Tourism Highlights** 2003 Madrid : World Tourism Organization

.

الملحق (أ)

ملاحق الدراسة

ملحق رقم (1)

الإستبانه السياحية

أخي الزائر .... أختي الزائرة

تحية وبعد :

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " أثر السياحة في تنمية الموارد الاقتصادية" إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الآثار والسياحة من جامعة مؤتة, ولهذا الغرض تم إعداد هذه الاستبانه لمعرفة الطلب السياحي في المحافظة . لذا نرجو أن تكون الإجابة دقيقة, لأن المعلومات التي تشتمل عليها هذه الاستبانة سيعتمد عليها بشكل كبير في هذه الدراسة, علماً بأنه ليس لهذه الاستبانة أي صفة رسمية, وستعامل المعلومات بسرية تامة.

وشكراً   الباحث : عزت عبد الحميد الطراونة

1 ـ الجنسية : ....

2 ـ الجنس :................

3 ـ العمر : ....

4 ـ المستوى التعليمي : أ ـ غير متعلم   ب ـ ثانوي فما دون   ج ـ دبلوم متوسط   د ـ جامعي   ه ـ دراسات عليا

5 ـ مكان الإقامة الدائم :   أ ـ في الأردن   ب ـ خارج الأردن

6 ـ الوسيلة المتبعة في الوصول إلى مدينة العقبة : أ ـ جواً   ب ـ بحراً
ج ـ حافلة   د ـ تكسي   ه ـ سيارة خاصة

7 ـ الوسيلة المتبعة في المغادرة من مدينة العقبة : أ ـ جواً   ب ـ بحراً
ج ـ حافلة   د ـ تكسي   ه ـ سيارة خاصة

8ـ تعرفت على العقبة من خلال : أ ـ الصحف والمجلات ب ـ الأقارب والأصدقاء ج ـ الراديو والتلفاز د ـ الإنترنت ه ـ العمل

و ـ النشرات السياحية ز ـ التعليم في المدارس ح ـ مكاتب السياحة والسفر

9ـ كيفية قضاء وقت زيارتك للعقبة : أ ضمن مجموعة سياحية ب ـ مع العائلة ج ـ منفرداً

10 ـ يكون مبيتك أثناء زيارتك للعقبة في : أ ـ فندق ب ـ شاليه ج ـ بيت ملك د ـ شقة مستأجرة ه ـ مخيمات

11ـ ما هي الدوافع الرئيسية لزيارتك للعقبة ؟

أ ـ للعمل ب ـ للتسوق ج ـممارسة الرياضات البحرية د ـ جمال الطقس ه ـ زيارة الأماكن التاريخية و ـ زيارة الأهل ز ـ للدراسة والبحث

12 ـ أنسب الأوقات التي تفضلها لزيارة العقبة :

أ ـ في الشتاء ب ـ في الربيع ج ـ في الصيف د ـ في الخريف

13 ـ معدل دخلك الشهري (بالدينار الأردني) يقدر ب ....

14 ـ ما معدل إنفاقك اليومي في العقبة على الخدمات التالية (بالدينار الأردني)

أ ـ الطعام والشراب ....

ب ـ التنقلات ....

ج ـ الإقامة ....

د ـ التسوق والهدايا ....

15 - ما مستوى رضاك عن الخدمات السياحية التالية في العقبة ؟

الخدمة	درجة عالية جداً	بدرجة عالية	بدرجة جيد	بدرجة متوسط
الفنادق				
المطاعم				
الاستراحات السياحية				
المعلومات السياحية				
وسائل الترفيه				
النشاطات السياحية				
خدمات المياه والكهرباء				
خدمات الطرق والمواصلات				

ملحق رقم (2)

أعداد السياح القادمين للعقبة لعام 2005 وعدد ليالي المبيت الفعلية في الفنادق المصنفة

الشهر	عدد السياح القادمين	عدد ليالي المبيت الفعلية
كانون الثاني	31181	58013
شباط	28097	48388
آذار	39577	68608
نيسان	40651	75157
أيار	35411	66206
حزيران	32883	71203
تموز	38437	82677
آب	43866	89969
أيلول	40102	74682
تشرين الأول	30720	59449
تشرين الثاني	32000	64914
كانون الأول	28046	55402
المجموع	420971	814668

المصدر : (سلطة منطقة العقبة الاقتصادية الخاصة, نشرة قسم السياحة, 2005)

ملحق رقم (3)

الأيدي العاملة في المؤسسات السياحية في محافظة العقبة

الخدمة / العقبة	العدد	الخدمة / وادي رم	العدد
الفنادق	1554	الفنادق	48
المطاعم السياحية	414	المطاعم السياحية	33
الرياضة المائية	97	مكاتب تأجير السيارات	544
مكاتب تأجير السيارات	39	مكاتب سياحية	6
متاجر التحف الشرقية	44	متاجر التحف	11
المكاتب السياحية	136	أدلاء سياحيون	57
مراكز الغوص	32	مرافقي الرواحل	270
المجموع	2316	المجموع	969

المصدر : (وزارة السياحة والآثار, النشرة الإحصائية الشهرية, 2005)

ملحق (ب)

الخرائط

ملحق (ج)

الصور